

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**COORDINACIÓN DE DOCTORADO EN HUMANIDADES Y CIENCIAS**  
**SOCIALES**  
**DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA**

**EI ORDEN IDENTITARIO Y LA EMERGENCIA DE LA SOCIEDAD TURÍSTICA**  
**EN EL DISTRITO DE ANTÓN-PROVINCIA DE COCLÉ PANAMÁ, PERÍODO**  
**2014-2017**

**PRESENTADA POR**

**EIRA CUMBRERA SÁNCHEZ**

**Tesis presentada como uno de los requisitos para optar al grado de Doctora**  
**en Humanidades y Ciencias Sociales**

**DR. DÍDIMO CASTILLO FERNÁNDEZ**  
**DIRECTOR**

**2018**

## Índice

Índice de tablas.....	iv
Índice de graficas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Introducción.....	ix
Capítulo 1. El orden identitario y la emergencia de la sociedad turística.....	15
1.1 Identidad y turismo.....	16
1.2 Definición de términos.....	20
1.3 Antecedentes.....	34
1.4 Modelos de desarrollo turísticos y su aplicación dentro de una localidad..	49
1.5 Sociedad emergente en turismo receptor y la identidad.....	54
Capítulo 2. Población, identidad y cultura durante la primera década del siglo XXI	
.....	60
2.1 La dinámica demográfica y su incidencia en la identidad dentro de una localidad.....	62
2.2 La estructura socioeconómica como base para construir un orden identitario ligado a la esfera turística.....	81
2.3 Identidad, campo, habitus y capital: la cadena de valor para la sociedad emergente en turismo receptor.....	90
Capítulo 3. Metodología.....	94
3.1 La conceptualización y operacionalización de orden identitario y la emergencia de la sociedad turística.....	98
3.2 Población y muestra.....	99
3.3 Técnica de recolección de datos.....	100
3.4 El objeto empírico del estudio. la delimitación de Antón.....	100

3.5 Fuentes de datos y estrategia de la investigación.....	105
Capítulo 4. Las políticas y los modelos de identidad en la propuesta de crecimiento turístico de Antón.....	108
4.1 Las políticas nacionales para el desarrollo de la actividad turística.....	108
4.2 Organización política del municipio de Antón.....	116
4.3 El turismo en la provincia de Coclé.....	125
Capítulo 5. Análisis de resultados: orden identitario y la emergencia de la sociedad turística.....	130
5.1 Autodefinición ética y herencia cultural.....	132
5.2 Lingüística identitaria.....	146
5.3 Infraestructura y servicios públicos.....	151
5.4 Actividades económicas.....	159
5.5 Infraestructura escolar y la educación escolar.....	166
5.6 Presencia militar.....	176
5.7 Aspectos religiosos de la identidad.....	178
5.8 Condiciones y significados del orden identitario y la emergencia de la sociedad turística en relación con los problemas de abastecimiento servicios de salud, agua y transporte.....	184
5.9 Descripción de una experiencia de organización comunitaria desde la responsabilidad social de fundación verde azul.....	186
Conclusiones.....	188
Bibliografía.....	191
Anexos.....	197

## Índice de tablas

Tabla 1. Esquema operacional de variables.....	98
Tabla 2. Algunas características de la división político-administrativa en la república de panamá, según provincia y distrito.....	105
Tabla 3. Establecimientos de hospedaje, por corregimiento de mayor inversión en infraestructura.....	122
Tabla 4. Categorías étnicas afrodescendiente.....	133
Tabla 5. Autodefinición étnica por rasgos físicos y cultura.....	136

## **Índice de graficas**

Grafica 1. Descripción étnica.....	135
Grafica 2. Respuestas a manifestaciones culturales.....	144
Grafica 3. Herencia étnica lingüística.....	148

## Índice de figuras

Figura 1. Mapa de Río Hato, comunidad de estudio.....	67
Figura 2. Organigrama municipal de Antón.....	119
Figura 3. Visita de turistas a las provincias.....	128
Figura 4. Manifestaciones étnicas en Río Hato 2016.....	128
Figura 5. Conjunto de proyecciones folclóricas: tierra mía.....	139
Figura 6. Cabello de hebra dura.....	142
Figura 7. Uso de camisetas en el varón de Río Hato.....	143
Figura 8. Centro comercial ubicado en entrada al poblado objeto de estudio..	152
Figura 9. Estación de combustible década del 40.....	153
Figura 10. Sede de la estación de policía.....	154
Figura 11. Servicio de correo, telégrafo y corregiduría.....	155
Figura 12. Servicio de arrendadora de autos.....	156
Figura 13. Plaza comercial.....	157
Figura 14. Pesca artesanal playa farallón 1960.....	160
Figura 15. Sede de cooperativa de pescadores 1964.....	162
Figura 16. Cuerpo docente de escuela Angelina Tirone.....	167
Figura 17. Infraestructura de la escuela Angelina Tirone 1941.....	170
Figura 18 y 19. Desfiles patrios.....	172
Figura 20. Consolidación de orden identitario.....	173
Figura 21. Desfiles patrios año 2016.....	174

Figura 22. Estudiante del bachillerato en turismo.....	175
Figura 23. Instalaciones de base militar norteamericana 1965.....	177
Figura 24. Avión militar de carga 1945.....	178
Figura 25. Iglesia de Río Hato.....	181
Figura 26. Reinado fiestas patronales 1975.....	182
Figura 27. Paseo de reina por calles de corregimiento.....	183

## **RESUMEN**

La interacción que se establece entre el turismo y la identidad es uno de los hayasgos que se presentan en las páginas siguientes. Permitted dilucidar sobre el carácter cambiante y dinámico de la identidad para el grupo social objeto de estudio. Su sentido de pertenencia y arraigo a sus actividades tradicionales les aporta la fortaleza necesaria para lograr las adecuaciones necesarias logradas a lo largo del intercambio con las culturas foráneas que han transitado a lo largo de la historia de la localidad objeto de estudio. El análisis identitario reveló como las diversas etapas de socialización intervienen en esa construcción de identificación y sentirse para de una comunidad, aunque en cierta medida seas desplazado por las tendencias del mercado capitalista acumulador.

Contar con la descripción que se realiza es un aporte a localidades que están siendo intervenidas e impactadas por la expansión turística a lo largo de toda Centroamérica. Panamá como país de tránsito enfocado principalmente en las zonas terminales de las provincias de Panamá y Colón alolece de estudios que ayuden a comprender las realidades existentes en nuestros pueblos y regiones interioranas con el objetivo que puedan ser consideradas como parte del producto turístico para ser ofertado en la demandada de este nicho de la producción terciaria, ya sea a nivel nacional e internacional.

Se hace la aclaración que no todos los pueblos pasan por las descripciones vividas por la población objeto de estudio, sin embargo, se espera que sirva de referencia como motivación para que se realicen investigaciones enfocadas en lo



micro con lo cual se puedan establecer estrategias de desarrollo local para planificar el futuro de los territorios impactados por la expansión del turismo.

## INTRODUCCIÓN

La temática sobre la identidad ha sido desarrollada en Panamá por diversos autores entre los que se destacan Pizzurno (2010), Porras (2009), Tapia (2008), Soler (1993), Torrez de Araúz (1999). Estos autores han permitido reflexionar sobre el tema de la identidad y su relación con el proceso de expansión turística, fenómeno también estudiado por autores como Cañada (2013), Cordero (2000), Pantojas (2013), entre otros.

Con base en estos autores, el presente trabajo busca explicar los atributos identitarios de una comunidad, su relación con el proceso de expansión turística y proponer la creación de un modelo de organización comunitaria que permita el fortalecimiento de la identidad por medio del conocimiento de su historia local. Para ello, se realiza el esfuerzo intelectual a la luz del trabajo teórico del sociólogo francés Pierre Bourdieu (1992), plasmando un recorrido descriptivo y explicativo por el proceso identitario de una comunidad del pacífico panameño signada por la penetración de la actividad turística, hecho que ha llevado a la reconversión de actividades económicas de subsistencia como la pesca artesanal y agricultura (Torrero y Bustavino, 1999).

Al referirse a Panamá, Pacheco (s/f:123), con referencia a la reconversión de actividades, afirma que “en líneas generales la actividad [la pesca artesanal] se realiza, principalmente, en las provincias centrales (Herrera, Los Santos) y Chiriquí”, lo que sin duda ha contribuido a que este fenómeno no se estudie en otras regiones del país, como la provincia de Coclé, que es objeto de estudio de

esta investigación y donde este tipo de pesca juega un importante papel dentro de las actividades económicas, pero que ha sido dejada atrás, presuntamente por la presencia de cadenas hoteleras en las costas de la provincia.

Este cambio de actividades ha provocado, según Vera y Dávila (1995), transformaciones recientes en múltiples ámbitos en las ciudades, siendo el cambio de modelo económico uno de los más importantes, dirigiéndolo a la terciarización y propulsando marcos para el ocio y el turismo; lo que sin duda sería productivo siempre y cuando se configurasen verdaderos productos que articularan recursos, potencialidades y manifestaciones, a través de estrategias de ordenación, planificación, venta, difusión y capacitación que integren activamente a los miembros de las comunidades receptoras del turismo.

Otro aspecto que hay que considerar es cómo la presencia de grandes cadenas hoteleras dedicadas al turismo en la provincia de Coclé marca, o no, la vida de la población objeto de estudio, dando fundamento a la presente propuesta de investigación, que adquiere especial relevancia porque durante la última década el debate se ha concentrado en el análisis de las bondades del turismo, en sus impactos positivos y negativos, más que en la transformación de identidades y actividades económicas practicadas originalmente por estas poblaciones, así como los derechos que tienen sobre su patrimonio cultural, incluyendo su control, administración e interpretación (Nielse, Calcina, Quispe, 2003).

## **Planteamiento del problema**

Esta investigación gira en torno a la formación de la identidad y el proceso de expansión turística en Panamá, fenómeno que ha repercutido con mayor dinamismo en el interior del país. La formación de la identidad desde los escenarios turísticos de las provincias ha permitido pensar el problema desde una sociedad en que la identidad dual de hombre ciudadano e interiorano se ha diluido, y es moderada por la fuerte migración y profesionalización de personas que han vivido su niñez y juventud en el interior, luego migran por trabajo y terminan estableciendo sus residencias familiares en la ciudad, pero sin olvidar sus raíces y patrimonio interiorano.

Los nacidos y criados en la zona interoceánica acceden, en la medida de sus posibilidades, a una segunda residencia en el interior del país; o hay la tendencia a migrar a las capitales de Estados Unidos y otros países desarrollados por motivos laborales y mejores remuneraciones, situación que impulsa a un reconocimiento de su identidad como panameños.

Las actividades económicas turísticas y globalizadoras han permitido una apertura al interior del país, lo que despertó según Pizzurno (2010:270) una “aceptación de la interculturalidad y de la pluriethnicidad” en los grupos humanos en Panamá, “una nación pluricultural y plurirracial” (Torres de Araúz, 1999: XVII). Aunque esta aceptación se dé sólo en apariencia, pues aún sigue primando la centralidad de la posición económica y el color de la piel.

La nueva caracterización de la identidad para actores sociales pertenecientes a estratos medios profesionales asalariados, obreros y de escasos recursos económicos se articula en relación con su etnia, conciencia de su posición social, historia personal y comunitaria, entre otros rasgos formadores de su sentido de pertenencia a uno o varios grupos sociales, así como la significación emocional y valorativa que resulta de ello.

Esta caracterización debe estar afincada en un carácter dialógico fundamentado en el conocimiento de la historia local, y manifestaciones culturales propias. Si estos mecanismos psicosociales son convertidos únicamente en mercancías, se perderá todo el sentido de autenticidad, convirtiendo al destino en un medio para acumular riquezas y primará un sentido circunstancial y no de pertenencia.

Una de las relaciones más elementales en la articulación identitaria, será la que establezca el miembro de la sociedad receptora con el turista, quien también vendrá con su propia carga personal sobre la identidad. Esto se ve reflejado en el trabajo, por medio del discurso aportado por quienes fueron informantes claves en la encuesta aplicada y por diversas fotos que brindaron de sus álbumes familiares, que rescata la cotidianidad vivida por locales antes de la llegada del turismo y después del mismo. Ambos actores establecen una relación que aspira a ser dialógica y no monológica, pues en la relación turista-local muchas veces este último se considera menos o con baja autoestima frente a la otredad (turista) por su manifestación de superioridad económica y de no pertenecer a ese lugar; por

lo tanto, puede tener un imaginario de superioridad frente al local, porque su estadía comprende unos días o semanas y la mismidad (local) desconoce la vida, actividades cotidianas, trabajo, etc. del turista.

El interés principal de esta investigación radica en analizar los impactos que la actividad turística tiene sobre la configuración de identidades, asociadas estrechamente con las actividades económicas, en los miembros de la sociedad receptora de turismo en la provincia de Coclé. Además de analizar dichos impactos surge la interrogante por una organización comunitaria y sus posibilidades para afianzar las características identitarias y el conocimiento de la historia local para fortalecer a los miembros de la comunidad receptora frente al proceso de expansión turística. La penetración de la actividad turística en una localidad ha llevado a una reconversión de actividades económicas de subsistencia como la pesca artesanal y la agricultura a una prestación de servicios en los ámbitos de hospitalidad, restauración, transporte y guías de sitio en menor cantidad.

Con esta premisa se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se modifica la identidad de una localidad por el surgimiento del turismo?

### **Definición de las hipótesis**

Las identidades de los agentes receptores de una sociedad turística emergente se ven alteradas por la no aceptación de la interculturalidad y pluriethnicidad (Pizzurno, 2010) de grupos económicos concentrados en la

explotación de la expansión turística en Panamá. La mayor parte de estos grupos económicos utilizan las áreas emergentes en turismo receptor como reservorios de mano de obra barata, poco calificada, importando mano de obra extranjera bajo el argumento de una casi nula competitividad de la mano de obra local y nacional. Con ello se expresa la no aceptación de la pluriethnicidad existente en la comunidad objeto de estudio.

Este fenómeno ocurre entre las “identidades legitimadoras” (Castells, 1995:30) de los entes institucionales y empresariales de la comunidad receptora, cuando la estrategia de crecimiento económico en desarrollo de infraestructura turística implementada es impuesta por los gobiernos de turno y no existe participación activa de actores sociales involucrados en las áreas con potencial turístico (Cañada, 2013; Castells, 1995; Cordero, 2000; Mazón, 2001; Morera, 2002; Pantojas, 2012; Torres de Araúz, 1981).

La identidad de los agentes sociales locales, su comportamiento cotidiano, percepción, valoración, actuación, se altera o cambia a la hora de contacto con un visitante o turista. Además, según Tapia (2008:199), “es en función de la memoria colectiva, donde los hombres y los pueblos fundan su propia identidad” por lo que es necesario indagar tal idea, a través de los rasgos de la memoria colectiva de agentes sociales locales desde su cotidianidad, para determinar si la relación identidad-turismo se manifiesta solo como una mercancía que explota los atractivos turísticos naturales y culturales, lo que llevaría a una transformación de la identidad, misma que puede observarse en la región central del istmo de

Panamá, que incluye la provincia de Coclé, donde “no hay población indígena definida en la actualidad, diluidos los remanentes en el mestizaje con el hispánico conquistador” (Torres de Arauz, 1999:398).

Para que el proceso de identidad se refuerce y desarrolle, debe primar en los actores sociales el sentido de pertenencia y autenticidad, elementos que se obtienen por la formación y procesos de socialización primaria y secundaria, que deben ir encaminados al fortalecimiento de la historia local, de conocer quién se es, dónde se está y hacia dónde se va; si en realidad se quiere constituir la relación identidad-turismo receptor como algo sostenible, auténtico en el tiempo, que brinde la oportunidad de desarrollo y equidad para las comunidades signadas por una práctica turística.

El orden identitario se objetiva en prácticas culturales y tradiciones generacionales (Echeverría 2007) a través, por ejemplo, de bailes de origen étnico afrodescendientes, autóctonos, prácticas gastronómicas de origen costeño, formas de vestir particulares del trópico-húmedo, manifestaciones lingüísticas, entre otras. El campo, habitus y capital (Bourdieu, 1982) permitirán analizar esa estructura productiva-cultural como una manifestación alternativa de racionalidad que se pueda utilizar por los actores sociales como “escudo de protección” para mantener una cierta distancia de las diversas manifestaciones de la interacción entre el turista o visitante y el local. Las categorías se utilizaron de la siguiente forma: el campo reflejado en las políticas municipales y locales que reglamentan la vida comunitaria y actividad económica, el habitus en las internalizaciones que



se reflejan en los discursos orales, así como los procesos de socialización llevados a cabo en el ámbito familiar y escolar, proporcionados por medio del instrumento de recolección de datos al igual que el capital como mecanismo simbólico y económico.

El reforzar el orden identitario con base en un proyecto de desarrollo integral de las comunidades receptoras de prácticas turísticas, permitirá una transformación y avance a modelos de turismo más inclusivos y sociales, aunque el turismo puede marcar diferencias, también puede acentuar el reconocimiento positivo de la otredad a través del encuentro cultural que opera entre el turista y local. El primero brindando su alteridad y el segundo, la mismidad.

### **Metodología y categorías centrales**

Si bien estos elementos serán desarrollados a profundidad en los capítulos siguientes, se dejan aquí unos esbozos que permitirán introducir ideas posteriores. La investigación pretende analizar la relación de la identidad unida al surgimiento de sociedades dedicadas a la práctica turística. Esto se realiza a través de una metodología cualitativa apoyada en técnicas como la entrevista a informantes claves, observación de la vida cotidiana, el análisis fotográfico y del discurso, oralidad, expresiones gastronómicas y bailables, así como la forma de vestir; es decir, aquellos rasgos característicos de la cultura popular tradicional. Para ello se usaron como referencias los trabajos de Castell (1995) que aporta su tipología de identidad legitimadora, de resistencia y proyecto, Cordero (2000) con los modelos

de turismo: de enclave, relativo y social y Cañada (2013) con la contextualización del fenómeno turístico a nivel de toda Centroamérica.

Los constructos que contempla el estudio son: orden identitario, emergencia o surgimiento de la sociedad turística, las dinámicas demográficas y su incidencia en la identidad, las propuestas de crecimiento inmobiliario frente al desarrollo de una población local, las políticas nacionales y locales que impulsan los gobiernos para el crecimiento del turismo.

## **Objetivos**

### **General**

Comprender los impactos que la expansión del turismo de enclave, basado en la acumulación, ha tenido sobre la articulación de identidades en una comunidad costera del Pacífico panameño y sus actividades económico-productivas, así como los efectos que la adscripción étnica y el conocimiento de la historia local puedan tener en la aminoración de efectos negativos del primero sobre las identidades.

### **Específicos**

1. Identificar las principales características identitarias y la historia local de una comunidad costera del Pacífico panameño y su relación con el proceso de expansión turística en el poblado.
2. Explicar cómo las características identitarias y el conocimiento de la historia local pueden contribuir a minimizar los efectos negativos -

especialmente en los ámbitos económico y social- del proceso de expansión turística sobre los miembros de las comunidades receptoras.

3. Aportar un modelo de organización comunitaria que afiance las manifestaciones de la identidad en una localidad, así como organizar un plan de trabajo que presente diversas estrategias para anclar el sentido de pertenencia de los locales.
4. Evaluar los elementos tradicionales comunitarios como forma de continuidad en identidad.

### **Estado de la cuestión**

Pese a la importancia que la comunidad local tiene en el desarrollo turístico, son pocos los estudios concentrados en analizar la relevancia de su incorporación en procesos de planificación y gestión. La gran mayoría de obras existentes se han generado a partir de estudios en países de habla inglesa como Inglaterra, Estados Unidos, Canadá, entre otros. Esto ha llevado a que la consideración de la comunidad local en el desarrollo turístico en países en vías de desarrollo sea casi nula. Revisar la importancia de la inclusión de la comunidad receptora se hace necesario no sólo en países industrializados, sino en todos aquellos en donde el turismo es parte de su economía y, por lo tanto, un elemento dinamizador de las estructuras económicas, sociales, culturales y políticas (Monterrubio, 2009).

Los estudios sobre la identidad social y cultural han sido de gran interés para las ciencias sociales porque revelan un sin número de datos analíticos sobre el comportamiento grupal del género humano. Entre las autorías a nivel nacional se destaca el aporte realizado por Reina Torres de Araúz (1999) que describe las características más sobresalientes de las etnias originarias en el país. Del trabajo en mención una contribución importante para el presente estudio radica en la confirmación de una etnia mestizada para la provincia de Coclé, que es el escenario provincial donde radica el objeto de estudio.

Para Pizzurno (2010), el Panamá del siglo XXI puede analizarse también a partir de la perspectiva de las identidades desde su componente histórico, descubriendo grandes aportes de negociación por los grupos sociales en cuanto a su identificación o no con propuestas históricas de origen étnico colonial, criollo, europeo, negro, originario, y extranjero.

Tapia (2008) hace un aporte desde la educación y la psicología social a estos análisis de identidad, sobre todo desde el sentido de pertenencia y la construcción de un proyecto nacional que aglutine a todos los sectores del país bajo la consigna de la cultura de paz que ha caracterizado al mismo.

Ana Elena Porras, en su obra sobre cultura de la interoceanidad (2009), hace un legado sobre los diversos Panamá que se han construido a lo largo de la historia nacional. Afirma que desde 1903, época republicana, se puede dividir el país en tres regiones, a saber: la interoceánica, la marginal y la del interior. Otro aporte para la construcción de la panameñidad lo realiza Soler con su obra

“Panamá, nación y oligarquía” (1983), en donde el enfoque de conflicto y clase social es marcado. Todas estas autorías a nivel nacional han permitido tener una plataforma de apoyo para pensar las identidades del Panamá de hoy, especialmente signado como país receptor de la actividad turística.

En el nivel teórico es de suma importancia reconocer la valiosa guía de trabajos como el de Castells (1995) y Bourdieu (1992). Ambas autorías contribuyen al presente trabajo, el primero con su tipología de identidad legitimadora, aquella donde las instituciones dominantes imponen modelos, de resistencia: son todas las perspectivas desechadas por la dominación y la de proyecto: es una “construcción de una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad” (Castells: 1995:30) mientras que Bourdieu marca la pauta principal del estudio con su teoría del *habitus*, la cual es asumida como la piedra angular que permite una modificación de la identidad con base en el campo y capital. Estos conceptos se desarrollan en lo que sigue como categorías de análisis para el logro del objetivo principal de la investigación.

## **Alcances y límites**

### **Alcances**

El mayor alcance de la propuesta de investigación es redescubrir la base histórica de una comunidad y demuestra cómo en torno a la misma se han afianzado mecanismos de cohesión social en torno a actividades de subsistencia como la pesca artesanal y la agricultura. Asimismo, se ofrece una caracterización

descriptiva y análisis de los cambios y continuidades en la identidad de los locales de una comunidad receptora en turismo y sus actividades económico-productivas.

### **Límites**

Una de las mayores limitantes para la aplicación del modelo de organización comunitaria son los bajos niveles de participación comunitaria que existen y las rivalidades barriales en el poblado, resultado de esta misma división, aunque cabe resaltar que muchas de estas divisiones se han diluido con el tiempo por los matrimonios entre las familias del poblado.

### **Estructura del trabajo**

Este trabajo que está estructurado en cinco capítulos, a saber: un primer capítulo, denominado “El problema: orden identitario y la emergencia de la sociedad turística”, donde se detalla la relación entre el orden, la identidad y su concordancia con el turismo como eje de acumulación capitalista, así como la presentación de modelos de desarrollos turísticos. Se desarrollan las diversas autorías y antecedentes teóricos que han marcado el camino para pensar en la identidad en términos de estrategia de organización frente a la expansión turística. El segundo capítulo titulado población, identidad y cultura durante la primera década del siglo XXI se esboza algunas ideas sobre la población objeto de estudio, las descripciones y evolución de los modelos de turismo en esta área del Pacífico panameño. El capítulo tres abarca una exposición escrita de la metodología cualitativa usada en el estudio, así como la presentación del cuadro operacional

de las variables del trabajo. El capítulo cuatro es una recopilación histórica del distrito de Antón con uno de los antecedentes teóricos más importantes dentro de la histórica geográfica regional que realiza el doctor Omar Jaén Suarez en su obra “Un estudio de Historia Rural Panameña. La región de Los Llanos del Chirú” el cual brinda un estado de la cuestión de sumo interés para la comprensión de la relación identidad turismo en esta comunidad panameña emplazada por la expansión del turismo.

En el capítulo cinco se presentan los hallazgos y resultados de la aplicación de diversos instrumentos de investigación, así como una galería de fotos que permitieron constatar el marco referencial de la relación identidad turismo con las modificaciones que sufre la misma en la primera década del siglo XXI. Cabe resaltar el argumento al sostener que la aplicación de un modelo de turismo de enclave para el área ha influido en la percepción de identidad que tienen los pobladores de una manera positiva también la sostenibilidad del mismo no sólo depende de la actividad económica, sino principalmente del grado de sensibilización y conciencia que puedan desarrollar entes involucrados en la toma de decisiones a nivel de autoridad local e instituciones comunitarias y provinciales.

De igual forma los ciudadanos desde sus roles familiares y educativos en los procesos de socialización primaria y secundaria. La propuesta de investigación sugiere una nueva reordenación y divulgación del papel de la Juntas Locales y Comunales como instancia de organización de la comunidad para el logro de mayores niveles de conocimiento de la historia local.

De igual manera se presenta la experiencia de la asociación comunitaria “Somos Río Hato” que es una práctica de responsabilidad social empresarial de una de las empresas con mayor inversión en infraestructura en el área turística e inmobiliaria, se refiere a Grupo Verde Azul.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.



## **CAPITULO 1. EL ORDEN IDENTITARIO Y LA EMERGENCIA DE LA SOCIEDAD TURÍSTICA**

En este capítulo se desarrolla el concepto de orden identitario, seguido de un análisis del surgimiento o emergencia de las sociedades turísticas, especialmente los modelos de implementación de desarrollos turísticos, sobre todo en las sociedades centroamericanas, más receptoras que emisoras de turismo.

Se exponen los puentes teóricos entre las categorías analíticas de habitus, campo, capital e identidad. Se parte del supuesto de que dichos conceptos puedan ayudar a analizar, explicar, predecir y actuar sobre el surgimiento de sociedades mediadas por el turismo receptor, en la creación de asociaciones comunitarias que

ayuden a fortalecer la identidad de la comunidad y el conocimiento de su historia local. Todo ello sin dejar de lado el contexto del sistema económico nacional, como uno de los principales pilares que sirven para contextualizar, empíricamente, los términos mencionados

### **1.1 Identidad y turismo**

La probabilidad incisiva de actividades económicas globalizadas en espacios locales, como el turismo, establece un conjunto de problemas que pueden ser analizados desde la óptica de la formación de identidades; en concreto, se opera una relación entre identidades temáticas (Pizzurno, 2010; Porras, 2009; Soler, 1993; Tapia, 2008; Torres de Araúz, 1999). Es por ello que quienes se denominan “turistas” son portadores de determinadas identidades, que entran en contacto con las identidades locales (receptoras), generando una interacción que conduce a establecer un puente relacional entre identidad, orden social y turismo.

La identidad, como resultado de las relaciones sociales y culturales entre los seres humanos, influye en el comportamiento colectivo dando sentido a la vida individual y comunitaria. En esta búsqueda de sentido surgen preguntas como: ¿de dónde se proviene?, ¿quién se es? y ¿hacia dónde se va? (Tapia, 2008), las cuales representan la base para el análisis del problema de la identidad. El presente estudio añade el turismo como parte de la interacción entre la mismidad y otredad (Larraín, 2001:21-48).

Los componentes naturales que forman la República de Panamá como superficie terrestre, mar territorial, plataforma continental submarina, subsuelo y el espacio aéreo entre Colombia y Costa Rica representan la gama de atractivos turísticos naturales del país.

En una situación de libre competencia como las economías globalizadas- afirma Gandásegui (1993)-, quienes buscan participación activa con poder en las decisiones socio-económicas del país y en el escenario turístico, lo hacen por medio del control de los recursos naturales y culturales, situación que lleva a profundizar el problema teórico entre identidad y expansión del turismo receptor, presente en economías subdesarrolladas como las de Centroamérica, en especial el caso de Panamá.

En los últimos años, una fuente de acumulación y crecimiento urbanístico e inmobiliario se ha presentado en Panamá, en esta línea Castro (2012:96) señala que “el mega crecimiento de la ciudad de Panamá, lleva aparejado el surgimiento de nuevas realidades [...] nuevas identidades sociales y políticas”. Esto se puede resumir de la siguiente manera para el escenario turístico en Centroamérica: Costa Rica con su turismo verde o de naturaleza; Guatemala con la cultura maya precolombina; Nicaragua con su ruta de volcanes, entre otros.

En lo que respecta a Panamá, el impacto infraestructural recae en la región interiorana que, según el Plan Maestro de Turismo 2007- 2020, ha sectorizado el país en ocho regiones y 26 destinos a nivel nacional. Este fenómeno es conocido como la tendencia apologética del turismo como fuente y motor del crecimiento

económico (Cañada, 2013; Jafari, 1987; Mac Cannell 2003), es decir, la industria del turismo ha tenido un impacto en el crecimiento de las economías centroamericanas. Cañada explica lo siguiente:

[...] de la agro-exportación tradicional, basada en el algodón, el banano, el azúcar, el café y la carne, principalmente, se ha pasado a un modelo de inserción en la economía internacional más complejo, con predominio de las remesas, la exportación de productos agrícolas tradicionales y no tradicionales la maquila y el turismo (Cañada, 2013:13).

El turismo es una práctica económica sostenida con base en el “imaginario y percepción” de los seres humanos (Hiernaux-Nicolas, 2002:8). En esta industria se emplean diversos medios como: viaje con estadía corta o prolongada, pero menos del año, a un destino determinado por motivos vacacionales, culturales, religiosos, negocios, entre otros.

Al llegar al destino, el visitante entra en una interacción con lo local que le plantea una serie de preguntas identitarias (¿de dónde viene?, ¿quién es?, ¿hacia dónde va?) y la relación mismidad-otredad, el yo frente al otro. En el espacio turístico, el receptor o local, se hace las mismas preguntas, que se responderán con base en el conocimiento de su historia local, su sentido de pertenencia y prácticas culturales cotidianas (como forma de vestir, modos de hablar, festividades, etc.). Para analizar los rasgos de identidad en la sociedad panameña, el trabajo se apoya en la propuesta de Tapia (2008), para quien la identidad recae sobre la interpretación personal de los componentes psico-individuales del actor social. Asimismo, los postulados de Pizzurno (2010), para quien la identidad es heterogénea, intercultural y pluriétnica; y, finalmente Porras (2009), que señala

que la identidad responde a narrativas que llevan a reconocer tres regiones en Panamá: la interoceánica, la interiorana y la marginal.

Los enfoques teóricos de la identidad en Panamá, durante los siglos XIX y XX, han sido abordados desde una visión mediada por la potencia extranjera que controló en este periodo uno de los recursos con mayor potencial económico: la ruta interoceánica. Sin embargo, luego de cumplirse con los Tratados sobre el Canal de Panamá, a juicio personal se empieza una nueva construcción de identidad para el país, ya no condicionada por las intervenciones extranjeras, en cuanto al control geopolítico.

En la primera década del siglo XXI empieza a construirse un tipo de identidad centrada en lo local y en un reconocimiento étnico de sus orígenes y antepasados aborígenes y africanos. Hay un reconocimiento del mestizaje, de la heterogeneidad de la identidad panameña en general, que busca cada día mantenerse bajo las normas de convivencia pacífica que han caracterizado al país.

Este fenómeno se manifiesta con mayor fuerza en las capas bajas y medias porque su cotidianidad está condicionada a una satisfacción de necesidades básicas más que al consumo característico de las sociedades propias de países desarrollados. Se supera esa concepción del criollo (con criollo se refiere a las personas de origen étnico blanco nacidos en Panamá de padres o descendientes extranjeros) de negar su identidad en el territorio que le vio nacer que fue la particularidad del siglo XIX en Panamá.

En este sentido se empieza a formar una idea de identidad con base en el otro pero enraizada en un auto-concepto definido y con menor carga despectiva o rechazo en relación al ser panameño.

## **1.2 Definición de términos**

El concepto “identidad” se refiere a la dualidad mismidad-otredad; es el conjunto de informaciones culturales interiorizadas en contextos y situaciones históricas, determinado por una comunidad o localidad con sus propias adecuaciones y experiencias, y que de una u otra manera han marcado a cada uno de sus habitantes. Es un proceso que se transmite de generación en generación.

Para este trabajo, se adopta la definición de Giménez (citado por López, 2004:3), sobre la relación dual de la identidad:

Identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos) a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan simbólicamente sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados.

El término “repertorio” alude a un conjunto de papeles aprendidos, es decir, un “recibir de otros” (madre, padre, tíos, parientes, amigos, conocidos, educadores, jefes, superiores, compañeros), permitiendo así a los actores sociales construir, delimitar y formar rasgos de mismidad e identidad, identificación que guardarán en su estructura mental y corporal formando un auto concepto que les definirá de una manera particular y única para convivir en la sociedad. Estos

repertorios, papeles aprendidos mediante el proceso de socialización, definen su identidad y aportan valores, símbolos, conductas, entre otros rasgos, mediados por los procesos históricos por los que ha atravesado la localidad o comunidad en la cual viven.

La identidad es el proceso de construcción simbólica de identificación-diferenciación que se realiza sobre un marco de referencia (territorio, clase, etnia, cultura, sexo, edad, campo, habitus, capital, socialización primaria y secundaria) es decir, se trata de individuos y grupos de individuos que existen y que comparten uno o varios aspectos semejantes o característicos.

El concepto “orden” es reconocido como la disposición adquirida por el proceso de socialización, es decir, para convivir en sociedad o en colectivo, y que se da en tres fases: primaria, que se presenta en la niñez; la secundaria, comprende la etapa de formación escolar de la persona; y terciaria, que inicia en la vejez o edad muy adulta. La socialización es un proceso que convierte a una persona en miembro activo de una sociedad y de una cultura; mediante ella la persona obtiene su identidad que, a su vez, permite al individuo articularse socialmente.

El orden identitario se define como la interiorización de prácticas socio-culturales, mediadas por el proceso de socialización, donde los factores internos y externos juegan un papel primordial en la consolidación de imaginarios para las personas. Aquí, la etnia representa un factor fundamental para la fijación de la mismidad frente a la otredad. En este trabajo, se establece un puente relacional

entre identidad y “habitus”, concepto acuñado por el sociólogo francés Pierre Bourdieu, y que refiere a:

El principio generador de estrategias que permite a los agentes vérselas con situaciones imprevistas y continuamente cambiantes [...] un sistema de disposiciones duraderas y trasladables que, integrando experiencias pasadas, funciona en todo momento como una matriz de percepciones, apreciaciones y acciones y hace posible la realización de tareas infinitamente diversificadas (Bourdieu, 1992:86).

El “habitus” puede manifestarse en el ámbito individual y social. Ejemplos del primero son: la actitud, el agregado de particularidades del estilo personal de la conducta, expresada en aspectos como la forma de vestir, gestos, mímicas, lenguaje, etc. El social puede ejemplificarse con las manifestaciones en gastronomía, música, artesanía, fiesta y expresión de bellas artes, entre otras.

El habitus se consigue como resultado de la ocupación duradera de una posición dentro del mundo social. De esta manera, se internaliza y transforma a la vez, dependiendo de las estrategias que la persona y el colectivo deban emplear para mantenerse dentro del campo turístico y los diversos capitales presentes en este. Este campo, en particular, se analiza con el campo político ideológico, en sentido althuseriano, entendido como esa “representación de la relación imaginada de los individuos con sus condiciones reales de existencia” (Althusser, 2005:32).

Estas condiciones son representadas por los distintos mecanismos ideológicos presentes en el Estado y, por ende, forman parte del campo turístico, que es el objeto de esta investigación.



Interesa establecer la relación entre el campo turístico y el político porque las relaciones sociales que se presentan entre ambos dan cabida a la formación de identidades y habitus que se manifiestan, a su vez, en la ideología. Aunque el análisis de esta relación resulta de gran complejidad, en este trabajo se hará el esfuerzo de una comprensión aplicada al surgimiento de la sociedad turística en las comunidades receptoras, sobre todo, el caso que se estudia, en que se busca comprender el impacto del turismo en la identidad local.

Uno de los objetivos formales de este trabajo es el diseño de una organización comunitaria articulada con base en prácticas interdisciplinarias en el turismo y procurar un mayor interés de los actores públicos; en términos de Bordieu, la articulación de un campo político-laboral-turístico para un mayor empoderamiento de los actores a través del conocimiento de su historia local y así reforzar los rasgos de la identidad de la localidad. Estos conceptos ayudarán a establecer los puentes teóricos comunicativos entre un orden identitario y el surgimiento de una sociedad turística.

Cabe señalar que las condiciones sociales, los recursos económicos, culturales, la vida cotidiana, las relaciones con las instituciones y con las personas, llevan a patrones de comportamiento y rasgos de identidad interiorizados por medio de la socialización primaria y secundaria. Para Bourdieu (1992), el habitus brinda explicaciones a nivel macro, por ejemplo, las instituciones educativas (Martínez García, 2016). Sin embargo, se propone una explicación a nivel micro, introduciendo el elemento de rasgo identitario étnico, que llevará a una respuesta

de orden identitario en el proceso de socialización primario (micro), frente a la imposición de un modelo de turismo que solo busca beneficiar a la acumulación de capitales en detrimento del sentido equidad social, diversidad étnica, cultural y dialogicidad. Este elemento micro será parte de la visión y misión de la organización comunitaria, mediante el reconocimiento étnico y el conocimiento de la historia local.

Trabajar con el orden identitario es abordar un imaginario que se construye también con la mirada del otro o su aceptación; de allí el carácter dual de la identidad. En este sentido, si la identidad es el “conjunto de repertorios culturales interiorizados” (Giménez en López, 2004:2) y el habitus un “sistema de disposiciones duraderas y trasladables” (Bourdieu, 1992:86); estos repertorios y disposiciones podrán manifestarse por medio de reglas, normas y características que demarcan la emergencia de una sociedad turística, particular, anclada en un sentido de pertenencia ligado a la etnia y el pasado histórico de una localidad.

Es importante señalar que el habitus produce prácticas no conscientes, es decir, están tan interiorizadas que las personas las ven como algo natural, que *debe ser así*, aunque en el análisis sociológico se consideren como limitadas, por la posición y el momento social.

Hasta ahora se ha trabajado con el concepto de habitus y cómo se articula con la identidad colectiva e individual dentro de una localidad. A continuación, se definen los conceptos de campo y capital según Bourdieu (1992:86-89). El primero se entiende como:

Una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas, en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación presente y potencial en la estructura de distribución de especies de poder (o capital) [...] cuya posesión el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva entre posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.).

Por otro lado, el capital puede definirse como:

aquello que es eficaz en un campo determinado, tanto a modo de arma como de asunto en juego en la contienda, que permite a sus poseedores disponer de un poder, una influencia, y por tanto existen en el campo.

Los diversos tipos de capitales son el económico, cultural, social y simbólico. Se trata de establecer un puente teórico entre estos tres conceptos y la identidad como eje articulador y central de sociedades que emergen o inician en la práctica turística, sobre todo, en las de turismo receptor más que de emisor.

El campo es un espacio de juego donde se articulan relaciones entre los agentes, quienes idearán las estrategias para luchar, crear y participar de manera más efectiva para lograr obtener capitales simbólicos, económicos, académicos, culturales, entre otros. Esta adquisición de capital permite la conquista de un estatus de legitimidad, prestigio y autoridad; manifestaciones que dan unidad a la identidad y van dibujando un orden identitario determinado, para fortalecer la mismidad frente a la otredad, pues al aplicar y desarrollar las estrategias adecuadas, la identidad tendrá la fuerza necesaria para ser pasada de una generación a otra, produciendo un capital simbólico adecuado para formar parte de un campo laboral turístico que no se cimiente solo en la acumulación, sino en

una justa distribución de las ganancias generadas por la practica turística, en el contexto de espacios locales receptores.

Asimismo, son los procesos históricos los que dan cabida a la formación de órdenes identitarios determinados, los cuales se articularán con base en un habitus, campos y capitales en una sociedad que emerge en turismo. Es necesario señalar, además, que el objeto de estudio se contextualiza en el marco de una comunidad semi-urbana y rural, lo que debe ser considerado al analizar las especificidades del caso de estudio.

Esto guarda relación con la planificación de las diversas actividades turísticas, donde debiera haber una propuesta pública y para beneficio colectivo de los actores involucrados en el sector, es decir, que no sea privilegio de unos cuantos, que tienen los recursos necesarios para invertir en infraestructura inmobiliaria, dejando fuera a aquellos sin recursos económicos para la inversión y disfrute de bellezas naturales y culturales.

Sin embargo, es en estos contextos de desorden y consumo descontrolado del turismo de enclave y segregado donde se dan las condiciones necesarias para establecer mercados turísticos basados en la explotación de los recursos y las bellezas escénicas naturales; pero también un anclaje en los valores y prácticas culturales a través de elementos como el patrimonio natural y cultural, presentaciones artísticas, celebraciones, artes visuales, artesanías, libros, prensa, medios visuales e interactivos, diseño y servicios creativos, etc. Estos dominios están integrados por indicadores propios; según un estudio realizado por UNESCO (2003) respecto a patrimonios culturales inmateriales:

- Patrimonio natural y cultural: museos histórico-visuales, sitios arqueológicos e históricos, pasajes culturales, patrimonios naturales.
- Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festividades, ferias.
- Artes visuales y artesanías: bellas artes, fotografías y artesanías.
- Libros y prensa: libros, periódicos, revistas, otros materiales impresos, bibliotecas virtuales, ferias de libros.
- Medios visuales e interactivos: filmes, vídeos, radio, televisión, creación de archivos sonoros en internet, juegos de vídeo, redes sociales.
- Diseño y servicios creativos: modas, diseño gráfico, diseño de interiores, paisajismo, servicios arquitectónicos, servicios de publicidad (UNESCO 2003:2)

La descripción y análisis de cada uno de estos dominios culturales aporta pistas para ir configurando un orden identitario en una sociedad emergente en turismo; ya que en cada habitus, campo y capital implementado, la puesta en práctica de cada uno tendrá un rol específico.

En tal sentido, según Giménez (2000:4):

La identidad no es una esencia, un atributo o una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional [...] la identidad de un actor social emerge y se afirma sólo en la confrontación con otras identidades en el proceso de interacción social, la cual frecuentemente implica relación desigual y, por ende, luchas y contradicciones.

Se concibe la identidad como un elemento distintivamente internalizado como habitus, con dominios culturales expresados en su cotidianidad, mediados

por la historia particular del lugar y que articulan campos y capitales que pueden presentar relaciones de desigualdad y contradicciones. Así, el orden identitario puede desarrollar relaciones asimétricas para un colectivo social.

El constructo identidad será entendido como un proceso no independiente de los sujetos, toda vez que tiene condiciones de validación subjetiva y sentido de pertenencia, tanto individual como colectiva. Se enfatiza, además, en una medición sobre la etnia por medio de parámetros discursivos como el color de piel, rasgos faciales, textura del cabello, formas de vestir, entre otros. El sentido de pertenencia se comprobará por medio de poemas, himnos, fiestas, toponimias, entre otras manifestaciones de quienes habiten en una comunidad o un pueblo, en función de la variable que se analice.

La identidad puede ser un elemento de unificación, pertenencia, identificación y orgullo, dependiendo de la otredad a la cual se presente, pues es el escenario adecuado para demostrar cómo se es y qué es lo que lo diferencia del otro. Teniendo presente esta particularidad, se buscará el referente empírico para probar la tesis de un orden identitario determinado por la etnia, vida cotidiana, discursos y cultura popular tradicional.

La idea de que el orden identitario es capaz de establecer una lógica determinada, aceptada o legitimada según los campos, habitus y capital donde se hayan socializado los lugareños o quienes habitan en la comunidad, permitirá un arraigo o sentido de pertenencia a la misma relacionado, además, con la etnia y las actividades económicas tradicionales. Los procesos de socialización primaria

y secundaria se alterarán e influirán también por interacciones con la otredad, en este caso particular, representada por residentes de fines de semana que tienen casas en la comunidad y por turistas que arriban a los hospedajes públicos.

Este trabajo busca demostrar empíricamente la existencia de relaciones objetivas entre la identidad y el habitus, el campo y el capital, es decir, que estas relaciones son independientes de la voluntad de las personas, de allí su carácter objetivo. Estas relaciones se manifiestan en el proceso de socialización vivido desde la infancia y a lo largo de la vida del individuo y del colectivo; e interesa, además, analizar cómo se relaciona con el turismo, en especial en el campo laboral de comunidades receptoras, pues es aquí donde se toman las decisiones y se planifican las diversas estrategias de satisfacción de necesidades básicas en turismo, a nivel local y nacional que permiten revitalizar economías en los espacios rurales a favor de la acumulación de capitales para unos cuantos, sin ningún tipo de equidad.

Las dimensiones subjetivas del ser humano, dentro de las que se incluyen las sociales y emotivas, como el acceso al trabajo, la aceptación en un colectivo, las satisfacciones en el ámbito personal, como la culminación de estudios, la adscripción a ciertas profesiones, el acceso a la satisfacción de las necesidades básicas, etc.; forman parte de procesos objetivos que se expresan en necesidades, conductas, intereses, decisiones políticas y culturales, relaciones sociales, productivas e ideológicas.

Desde la teoría que aquí se privilegia, postulada por Pierre Bourdieu, se posibilita “un estudio objetivista de las prácticas sociales dotadas de sentido, mediante la combinación de mecanismos y de herramientas de tipo estructuralista para captar dicho sentido” (Martínez García, 2016:9).

Así, se pretende encontrar los rasgos estructurales de la identidad de una localidad, intentando con base en ellos influir en las decisiones que determinados colectivos sociales puedan tomar y que no necesariamente estén ligadas a su voluntad individual; se trata de influir en “estructuras objetivas independientes de la voluntad de los individuos, estructuras que determinan y orientan sus prácticas y representaciones” (Chihu, 1998:182).

Sin embargo, estos rasgos estructurales no eliminan necesariamente la subjetividad individual y colectiva, como parte de la realidad social, pues las relaciones sociales no se dan solamente en el plano material de procesos económicos productivos y sociales, sino que implican toda una gama de relaciones intersubjetivas, emotivas y de expresiones psico-socioculturales, condicionantes también de la realidad circundante al individuo.

La propuesta y apoyo teórico del estudio se enfocan en los múltiples factores de la sociedad emergente turística, en donde hay una derrama económica en diversos sectores, lo cual no determina de manera mecánica y exclusiva la posición que ocupan los actores en las relaciones sociales de producción.



Se demostrará que hay una lógica en el surgimiento de una sociedad turística, mediante la articulación del trípode habitus, capital y campo, con la identidad.

Lo que arroja la propuesta teórica es que la identidad, como categoría analítica, recoge las tres dimensiones: campo, habitus y capital, presentando así una integración entre los conceptos que permita lograr explicaciones para el sentido de pertenencia a través de elementos como el conocimiento de su historia local y el reconocimiento étnico, entre los rasgos más sobresalientes y generales de la relación identidad-turismo.

Si bien en los colectivos suele instaurarse un modelo de turismo excluyente que, en sus etapas iniciales presenta valores comerciales, laborales y culturales ajenos a la comunidad receptora; a partir de determinados procesos de capacitación, asimilación cultural, así como convivencia y aplicación de modelos turísticos incluyentes, la comunidad puede ir logrando una integración relativa y vigilante de los sistemas excluyentes.

Esto aporta al estudio un matiz identificador de las estrategias que los agentes puedan establecer para lograr acceder a los capitales, pues al ser considerados como agentes pueden luchar, crear y participar, es decir, pensar y materializar sus estrategias en el campo laboral turístico. Para el caso, la infraestructura hotelera e inmobiliaria es parte del campo laboral turístico, el cual funciona a partir de las relaciones establecidas por los mandos superiores o

gerenciales, los mandos medios o supervisores y los mandos operativos o colaboradores.

Las contradicciones y luchas que se puedan presentar en el campo laboral fungen como contexto para el ingenio creador de estrategias de lucha por la obtención de lo que los agentes requerirán para un mejor desarrollo de sus actividades laborales o para recibir una mejor compensación económica. Esto impacta en la identidad porque ayuda a establecer relaciones de autoconfianza y seguridad en el propio agente que luego podrán formar parte de su habitus “como principio de percepción y de acción, incorporado a los esquemas mentales y a las disposiciones corporales [que] puede dar respuesta a infinidad de situaciones” (Martínez García, 2016:4).

Según Tapia (2008:197):

El sentimiento de identidad se consolida y se reanima cuando se impulsan reformas institucionales estatales o privadas, tendientes a la eficiencia en la realización de un proyecto de desarrollo integral del país, con la debida orientación y liderazgo, basado en el respeto y la protección a la diversidad ambiental y cultural, a las ideas, la estimulación de la solidaridad y la tolerancia.

El reforzar el orden identitario con base en un proyecto de desarrollo integral de las comunidades receptoras de prácticas turísticas, permitirá una transformación y avance a modelos de turismo más inclusivos y sociales, aunque el turismo puede marcar diferencias, también puede acentuar el reconocimiento positivo de la otredad a través del encuentro cultural que opera entre el turista y local. El primero brindando su alteridad y el segundo, la mismidad.

Cabe destacar así que como se puede reforzar y estimular una identidad local sólida, también puede ser negada y vaciada, lo que puede ser aprovechado

por agentes legitimadores de turismos de enclave, es decir, manejados por transnacionales turísticas, para la renovación de destinos de masas y la extracción de plusvalía a favor de un solo grupo económico privilegiado.

El abandono de la productividad de la tierra en cuanto a labores agrícolas y producción de materias primas, es característica de estos modelos segregados. Además, hay una transformación del valor de uso y cambio de la tierra sustituido por un valor urbanístico, con la gran paradoja de aumento de la demanda de producción agrícola en estas sociedades que practican las actividades turísticas. El fenómeno en mención se denomina “gentrificación”, en sentido del uso y valor de la tierra, porque estos terrenos eran utilizados por la población local para el pastoreo de ganado vacuno y desde principio del siglo XXI, inversionistas nacionales y extranjeros compran e invierten en estas zonas costeras, logrando un modelo urbanístico e inmobiliario dedicado a la adquisición de segundas residencias, hospedaje turístico y entretenimiento de clases privilegiadas como el golf, entre otras.

Dentro del campo laboral turístico, entran en choque dos perspectivas distintas: por un lado la local, con un estilo festivo, tradicional, popular, cotidiano, gastronómico, agrícola de subsistencia y pesca, que entra en lucha constante con la inmobiliaria, porque para esta última prima una lógica laboral muy diferente a la del local, por ejemplo, a través de horarios rotativos, turnos en días festivos y fines de semana, la espera de pagos mensuales o quincenales, entre otros, que llegan en muchas ocasiones a generar tensiones entre los locales receptores y quienes

invierten en sus comunidades, debido al ausentismo y “poco compromiso” con una actitud de servicio para el trabajo en el campo laboral turístico.

El encuentro dialógico entre estas dos posturas no es nada fácil, pues, siempre prima una racionalidad con arreglo a intereses que en algunas ocasiones logra silenciar a la otra.

### **1.3. Antecedentes**

El proceso de globalización contemporánea ha reestructurado las economías del Caribe y de los países centroamericanos; en el caso particular de Panamá, ha redefinido su economía al configurarla como centro de servicios internacionales, especialmente de turismo, entretenimiento, logística, transporte marítimo y finanzas. No hay que dejar de lado la importancia histórica de su posición geo-estratégica y el papel del Canal de Panamá desde comienzos el siglo XX. Vale la pena resaltar que el reordenamiento económico se ha concentrado en el sector inmobiliario y el turismo, sobre todo en el interior del país, un poco lejos del área de tránsito o ciudades terminales como Panamá y Colón.

Este proceso de reordenamiento a nivel mundial se ha constituido por las cadenas de valor, un concepto que es introducido por Porter en 1985, que en su esencia alude a la competitividad para generar el margen de ganancia, todo esto desde una organización empresarial. Así, en la nueva organización mundial:

Las empresas transnacionales se convertirán en los nuevos motores principales de crecimiento económico global. La cadena que impulsa la nueva economía mundial no es la de los acuerdos bilaterales y regionales entre Estados Soberanos

sino las cadenas de valor desarrolladas por las empresas transnacionales al amparo de las nuevas estructuras e instituciones supranacionales o transnacionales de gobernanza que regulan la actividad económica internacional. El nuevo marco jurídico-político de relaciones y reglamentaciones económicas internacionales, junto al nuevo paradigma de cadena de valor, han transformado las economías de todos los países, así como la configuración de la economía mundial (Pantojas, 2002:4).

Ante este escenario, es de sumo interés la comprensión de estos componentes, porque el turismo como eje de acumulación capitalista entra al escenario económico mundial con dos estrategias económicas principales: las cadenas de valor en la base económica y el marco jurídico político en la parte superior de la organización social. Con ello se expresa que la acumulación capitalista solo cambia de escenario en cuanto a la aplicación, pero conserva su esencia de reserva de capitales para un grupo exclusivo.

La acumulación de capitales individuales es la base del crecimiento de la economía; en este sentido, un modelo de desarrollo turístico puede reforzar esa reserva, porque potencia el componente primordial que es el desarrollo tecnológico de las fuerzas de producción. Esa acumulación de capitales individuales, lo cual figura como base del crecimiento de la economía, su estructuración, dinámica, contenido y orientación, se legitiman en función de intereses de clase o de sectores de clases dominantes transnacionales o nacionales que buscan en esencia la extracción de plusvalía y reinversión del sistema capitalista.

Este desarrollo del turismo dominado por empresas transnacionales reproduce las relaciones económicas asimétricas. Dicho de otro modo, dentro de

la cadena de valor del turismo, los dueños, operadores de los hoteles, líneas aéreas, los agentes que diseñan las excursiones y “las agencias que controlan las reservaciones, por tanto, los accesos al mercado transnacional, son prominentemente firmas transnacionales” (Pantojas García, 2013).

Estos actores reciben la porción mayor del valor añadido en la cadena. Los proveedores de servicios locales se concentran en el transporte terrestre, gastronomía, entretenimiento, ventas, artesanías y actores operativos, como guías, coordinadores de excursiones, etc. “La mayoría de los empleos en este sector tiende a concentrarse en ocupaciones menos diestras (camareras, meseros, cocineros, y personal de mantenimiento) y fluctúa de acuerdo con las temporadas turísticas” (Pantojas, 2014:18).

Ello no elimina la voluntad sociopolítica y económica, al estimular modelos de participación, intencionalmente planificados, incentivados con criterios de interés propuestos, organizados de acuerdo a posibilidades del poder político y económico, local, nacional, regional o global, con resultados previstos de desigualdad, inequidad, exclusión, explotación de recursos y deshumanización.

El turismo como modelo de actividad económico-cultural es una clara expresión de lo anterior. Por ser los atractivos culturales integrantes de la oferta en el ámbito turístico, se pueden convertir en parte de la demanda que lleve a la afluencia de una corriente de visitantes que permita, así, el requerimiento de necesidades de servicios primarios como alimento, transporte, hospedaje, entretenimiento y guías. Se reafirma la nueva vocación de la sociedad receptora

turística, en el uso de la tierra para desarrollo inmobiliario y en provocar el desplazamiento o movimiento de personas a estas áreas para la práctica recreativa y turística.

Los marcos internacionales de las prácticas turísticas son fenómenos sociales que de una u otra manera están desarrollando crecimientos económicos en determinados sectores de las localidades, sobre todo en el ámbito rural. Para que el turismo se profile como eje de acumulación, en el sentido de explotación y pauperización debe cumplir con ciertos rasgos que de una manera encadenada se han desarrollado en la mayoría de los contextos de las economías subdesarrolladas, en especial las centroamericanas, por su abundancia en atractivos naturales y culturales. También es preciso que se reconozca que la mayor parte de estas características -que a continuación se detallan- se plasman en complacencia con los gobiernos de turno, en favor de la dinamización de las economías de estas regiones. Las mismas son expresadas por Palafox (citado por Cañada, 2013:16) de la siguiente manera:

1. Solicitud de préstamos para la construcción de infraestructuras.
2. El Estado ha facilitado la llegada y consolidación de los Grupos Turísticos Internacionales y la apropiación del territorio.
3. La funcionalización del espacio es necesaria para el arribo de turistas y el acceso a la oferta turística alterna al atractivo. Se refiere a los servicios complementarios al atractivo como facilidades en infraestructura si es natural (balnearios, duchas, inodoros, vestidores, restaurantes, tiendas de acampar, alquiler de vehículos a motor, renta de caballos, bicicletas).
4. Los Grupos Turísticos Internacionales se han expandido y diversificado a través de las Global CommodityChains.
5. El Estado ha exentado de cargas fiscales a la empresa privada, lo que deriva en una nula captación de divisas para el desarrollo de la propia actividad. Se refiere a la actividad turística, por ejemplo, en la municipalidad se cobra impuesto de construcción para una infraestructura más no así el impuesto de ocupación de la

misma, el mismo después de los periodos de gracia o incentivos fiscales va a las arcas comunes del Estado central.

6. Los destinos turísticos han sido homogeneizados por los Grupos Turísticos Internacionales con la finalidad de proveer al turista los espacios y productos que encuentran en sus países de origen.

7. Como resultado del turismo como eje de acumulación, los destinos turísticos han perdido toda identidad que pueda diferenciarlos; esta estandarización provoca el estancamiento de la actividad a pesar de la diversidad de paisajes con que cuentan los destinos turísticos.

Esta descripción brinda una gama de características de cada uno de los destinos y regiones de sociedades emergentes en turismo, sobre todo las receptoras y enclavadas en países subdesarrollados; las mismas las han seguido como una “receta turística acumulativa” para lograr dinamizar sus economías desaceleradas o simplemente estancadas. Esta inversión produce un aumento en el valor de uso para las zonas costeras, totalmente diferente a los tradicionales, como la actividad pesquera de subsistencia. Como escribe Cañada (2013:18):

Como en muchos otros países empobrecidos, esta orientación de las políticas públicas hacia el turismo tiene mucho que ver con los planes de ajuste estructural y la necesidad de los Estados de captar divisas para hacer frente a unas deudas que ya no podían ser sufragadas con los ingresos de la agroexportación tradicional, cuyo valor había caído fuertemente en el mercado internacional.

Lo anterior plantea una de las realidades de los países centroamericanos, en donde la política regional ha sido privilegiar los dictámenes de los organismos internacionales con el fin de revitalizar el agonizante sistema, el mismo de una u otra manera, debe buscar reinventarse para seguir en la lógica acumulativa con base en una mercancía, en este caso el turismo, lo rural, lo cotidiano sumado a la identidad.



Teniendo presente este antecedente del surgimiento de las actividades turísticas en los países pobres como eje de acumulación capitalista, la categoría de orden identitario juega un papel primordial, porque permite discernir junto con el habitus y los procesos de socialización primaria y secundaria un anclaje a un sentido de pertenencia, el apego y defensa de sus valores comunitarios, basados en el conocimiento de su historia local y el cuidado de atractivos naturales y culturales para tratar de lograr equidad, y una justa distribución de los beneficios de las actividades del turismo.

Por consiguiente, se apuesta por la generación de una estrategia que sirva de apoyo para que los agentes puedan tener los mecanismos necesarios para enfrentar la aplicación de un modelo turístico segregado, que solo busque enfatizar el turismo como eje de acumulación capitalista. Las actividades turísticas, en su mayoría, cuentan con diversos escenarios que permiten reinventarse y actualizar destinos. Es en este componente cultural y distintivo donde los agentes pueden desenvolverse para crear, luchar por un habitus e identidad que logre equidad para todos.

De allí nacen las estrategias comunitarias o locales para permitir que los excedentes también puedan ser distribuidos en estas economías receptoras que, durante la adecuación de infraestructuras, son tomadas en cuenta porque hay un despliegue del sector construcción y servicios complementarios, ofreciendo la reactivación de estas economías rurales; sin embargo, esta contribución

económica no impacta en los cimientos de las necesidades básicas de cada sociedad, como vivienda, educación, salud, alimentación y transporte.

Aunque uno de los principales servicios ofrecidos por locales es el transporte terrestre, los insumos de este son muchas veces tan costosos que se necesita una buena administración y planificación para mantenerse en la actividad. Los pases o cupos para la práctica del servicio de transporte son manejados por agentes externos a la localidad, por medio de consorcios, asociaciones monopólicas que regulan la inserción en el negocio, con ello se arguye que no es solo que la cadena de valor se dé a nivel internacional, sino que en los espacios locales y regionales también se repiten estos escenarios excluyentes.

Respecto a las artesanías, la mayoría de las técnicas que se usan para las costuras, acabados de madera, entre otras, son tan rudimentarios que es muy difícil que encuentren un nicho de mercado, y más si estas localidades no tienen una sólida historia de tejidos, por ejemplo, las etnias aborígenes. En cuanto a la gastronomía, uno de los puntos que las localidades pueden explotar, tiene la desventaja de ofrecer producto perecedero. En cuanto a las excursiones y guías el manejo de idiomas es primordial para encontrar un nicho de mercado. En consecuencia, se considera necesaria una propuesta de planificación y orden con base en los mecanismos identitarios para hacer sostenible la actividad turística en el tiempo. Según Pantojas (2014:11) “una de las estrategias para captar divisas y aumentar ingresos de las poblaciones locales en el Caribe es la proliferación de servicios al margen de la legalidad”. Estas tácticas no solo se aplican en el Caribe,

también es un fenómeno que se repite en los ámbitos centroamericanos. Los actos como prostitución, venta ilícita de drogas, diversidad de juegos de azar, proliferación de expendios de bebidas alcohólicas, centros de diversión nocturna, empiezan a construir redes de servicios legales y no legales para procurar la subsistencia e incorporación al mercado productivo, aunque sea fuera de la esfera legal.

Otras formas de inversión local que se logran crear, como estrategia dentro del campo laboral turístico, son: fondas, ranchos para alquiler en zonas costeras, comidas volantes, venta de tortillas, bollos, dulces caseros, etc., son algunos de los medios para captar divisas, pero si una cadena trasnacional ofrece los paquetes “todo incluido”, las ventas de estos negocios informales son casi nulas.

Esta forma de obtención de divisas permite establecer una lógica diferente y alternativa al turismo como eje de acumulación capitalista.

Por tal motivo, las autoridades locales y sus sistemas de selección deben establecer modelos inclusivos de turismo que permitan una sostenibilidad a las localidades. Al mercantilizar la naturaleza o los atractivos turísticos naturales y culturales, la visión económica y depredadora es la que se ancla como norte de muchos gobiernos del área. Las modificaciones que se dieron en la economía a nivel mundial se expresan claramente en la década de los ochenta y noventa, situación que permite ese proceso de reacomodo del sistema capitalista, así como una reconversión de los procesos agroexportadores y mono cultivadores, los cuales se desarrollaron en toda América Latina.

Los años ochenta y noventa marcaron no sólo un giro en el debate sino un cambio en la política económica internacional hacia lo que se conocería posteriormente como neoliberalismo. Resumiendo, a grandes rasgos podemos puntualizar algunos puntos de inflexión de este giro:

1. La crisis de la deuda latinoamericana de los ochenta que resultó en la llamada década perdida, frente al desempeño de los tigres asiáticos y los tigres putativos Irlanda y Puerto Rico.
2. La adopción de políticas económicas neoliberales (desreglamentación de mercados e instituciones financieras, reversión de políticas keynesianas) en Estados Unidos y Reino Unido bajo la administración de Reagan y el gobierno de Thatcher, y su difusión hacia las instituciones económicas internacionales mediante la política de “comercio, no ayuda” que daría base a que se denominó “El Consenso de Washington”.
3. El surgimiento de una nueva versión sobre competitividad internacional propuesta por Michael Potter, así como los conceptos de “cadena de valor” también propuesto por Potter y cadena de mercancías desarrollado por Hopkins y Wallerstein.
4. La creación de bloques económicos transnacionales mediante la firma de tratados de libre comercio de América del Norte entre Estados Unidos y Canadá en 1989 y entre Estados Unidos, Canadá y México en 1994 (Pantojas, 2014:119).

La cita anterior plasma el contexto que sirvió como base para que se crearan en el ámbito centroamericano economías sustentadas en turismo, entretenimiento y finanzas, fenómeno que permitió establecer nuevos mecanismos de gobernanza y gobernabilidad.

Se definen los términos de gobernabilidad y gobernanza porque forman parte del campo laboral turístico, espacio de juego en donde entran en acción las estrategias del habitus interiorizadas por el agente y que le llevarán a desarrollar las respuestas con sentido común dentro de los escenarios de gobernabilidad y gobernanza de un país. Para Márquez de Pérez (2012:14)

La gobernabilidad es el resultado de condiciones generadas por la sociedad y no sólo por los gobiernos, aunque a estos les cabe una responsabilidad central en la gobernanza. La gobernabilidad no es una entelequia sino un instrumento que está al servicio de los seres humanos, o sea de la ciudadanía y su desarrollo socialmente cohesivo. La gobernabilidad requiere de un mínimo de condiciones

que la aseguren y la mantengan y es a ello a lo que apunta la gobernanza. Expresado en otras palabras, no puede analizarse el resultado sin ver el proceso y su incidencia, por ende, no puede analizarse la gobernabilidad al margen del análisis de cómo operan y se articulan los procesos de gobernanza.

Por lo anterior, se piensa que los gobiernos locales pueden desarrollar estrategias inculcadas por medio del habitus, especialmente, cuando el agente empieza su proceso de socialización secundaria, llevada por las instituciones educativas, las cuales pueden ofrecer mecanismos de gobernanza como:

1. Organizaciones inter-barriales, desde el reconocimiento de su sentido de pertenencia territorial y habitacional. Que es avalado legalmente por las juntas locales de sectores en el escenario local panameño.
2. Campañas de limpieza para fomentar sentido de cohesión social, solidaridad con el ambiente por medio del trabajo grupal.
3. Convivios espirituales y religiosos con el ánimo de establecer momentos de compartir en comunidad.
4. Talleres para niños y adolescentes como mecanismo de inculcación de valores comunitarios y explicación de su historia local y constitución comunitaria.
5. Actividades de capacitación para el empleo, con el objetivo de lograr inserción en el campo laboral turístico.
6. Emprendimientos en servicios turísticos que permitan generar ganancias propias para la satisfacción de necesidades básicas.
7. Escuelas para padres y madres, entre otros.

La gobernabilidad debe ser vista como un estado de equilibrio dinámico entre el nivel de las demandas societales y la capacidad del sistema político (Estado/gobierno) para responderlas de manera legítima y eficaz (gobernanza)

(Camou, 2001). El capital social en estas economías subdesarrolladas es muy débil sobre todo en estas zonas donde la intervención turística es más una imposición que un acuerdo de desarrollo consensuado entre las localidades, autoridades y representantes de sectores empresariales.

Generalmente los ciudadanos, en este caso agentes, tienen muy poca conciencia sobre la responsabilidad en este proceso de gobernabilidad y se tiende a privilegiar acciones que potencien los antivalores como consumo, hedonismo, banalidad, superficialidad, individualismo, competitividad, exclusión. La gobernabilidad requiere de un mínimo de condiciones que la aseguren y la mantengan y es a ello que apunta la gobernanza (Márquez, 2012). Joan Prats define la gobernabilidad como:

un atributo de las sociedades que se han estructurado sociopolíticamente de modo tal que todos los actores estratégicos se interrelacionan para tomar decisiones de autoridad y resolver sus conflictos conforme a un sistema de reglas y de procedimientos formales e informales [...] dentro del cual formulan sus expectativas y estrategias (IIG, 2003: 28).

Dentro de los componentes necesarios para que haya una gobernabilidad democrática, el estudio se enfocará en la participación ciudadana para entender el surgimiento de la sociedad turística desde una localidad y su orden identitario. La localidad aportará su propia visión de la práctica turística dentro de su territorio (por medio de su presupuesto anual, cobro de impuestos de construcción, recolección de desechos sólidos, entre otros). Los aspectos simbólicos como el del orden identitario se señalarán y analizarán por medio de la percepción del

sentido de asimilación, aculturación o de los enfrentamientos entre mismidad y otredad, es decir, entre el turista y el local.

Los elementos para resolver esta situación conflictiva se operacionalizan por medio de los diversos mecanismos de gobernanza, como visión estratégica, participación ciudadana, respeto al imperio de la ley, búsqueda del consenso, transparencia en la gestión, capacidad de respuesta selectiva, equidad social de género y etnia, manejo eficiente y efectivo de los recursos, informe de gestión a la ciudadanía, etc.

Por la primacía de los componentes naturales y de atractivos para el turismo, llevados por las cadenas de valor como mercancías competitivas para los destinos receptores de la actividad, se hace recomendable enumerar los principios que rigen la gobernanza ambiental, porque este proceso de participación permitirá la comprensión de la relación identidad-turismo, pues, aporta ese sentido de pertenencia al agente, mediante el desarrollo de la acción y estrategia al momento de entrar en el escenario de juego del campo laboral turístico, los cuales son:

1. Participación de la comunidad y localidad en la toma de decisiones dentro de la actividad económica turística.
2. Derecho a exigir una potestad que casi es invalidada por la mayor parte de las administraciones gubernamentales, pues los mecanismos para exigir responsabilidades en su mayor parte son desconocidos por los agentes.
3. Descentralización y regionalización de las decisiones, proceso que está en su fase ejecutoria para muchas regiones en el país.

4. Accesibilidad a la información (oportunidad y oposición) que en muchas ocasiones depende del nivel cultural, educativo, participativo y organizacional de los agentes.
5. Integración de la mayor parte de quienes están involucrados en la relación identidad-turismo.

En nuestra opinión, se han soslayado muchos de los componentes de la gobernanza ambiental sobre todo en esta región cinco de la provincia de Coclé<sup>1</sup>, situación que ha sido aprovechada por el capital depredador, porque no hay una formación ciudadana fuerte y, en muchas ocasiones, este tiende a mimetizarse con las necesidades de la comunidad, creando así una ilusión de un buen desarrollo humano.

El turismo como eje de acumulación capitalista se posiciona particularmente desde la década de los noventa, sobre todo después de la invasión a Panamá por parte de Estados Unidos, ya que se desmantela todo el componente de la dictadura militar, por ende, todo el andamiaje militar en Panamá. Según Gómez (citado por Cañada, 2013:18) este hecho plasma uno de los antecedentes de inicio de la práctica turística como nueva forma de acumulación capitalista.

Los gobiernos centroamericanos consideraron desde principios de los años noventa que el turismo era un sector estratégico, y se comprometieron con una “integración turística regional, que permita unir nuestros recursos, voluntades y esfuerzos, a fin de proyectar ante el mundo la imagen y ventajas de ofrecer un destino turístico regional único”[...] De este modo impulsaron la promoción intrarregional, la comercialización de paquetes turísticos, la creación de legislaciones y políticas e incentivos a la inversión extranjera y la cooperación con el sector privado.

---

<sup>1</sup> La Región 5 de turismo es una referencia del Plan Maestro de Turismo 2007-2020 que divide el mismo en ocho regiones. La misma comprende dos provincias Coclé y Panamá Oeste. El estudio se realiza en un distrito que es parte de esta región 5 entre los años 2014-2017.



Según Emilio Pantojas (2013), este nuevo rol en la economía internacional mantiene asimetrías que caracterizan una relación económica centro-periferia.

Por lo general la mirada tradicional de la relación, además de comprenderse como un intercambio desigual entre países desarrollados y subdesarrollados, se entiende como un conjunto de asimetrías dentro de circuitos de capital internacionalizados, articulados mediante cadenas de valor global; cadenas globales de producción, financiamiento y comercio, las cuales “atraviesan” varios países y regiones dando un nuevo escenario de gobernabilidad y gobernanza para los Estados Nacionales, en esta línea el autor citado expresa:

Ello define una nueva relación centro-periferia centrada no en la geografía ni en las economías nacionales, sino en cadenas de valor articuladas por empresas transnacionales que integran cadenas de producción y redes comerciales, constituyendo lo que he llamado circuitos globales de capital.

El nuevo orden global, además de estar fundamentado en las premisas centrales de la economía neoclásica (la mono-economía y las ventajas comparativas), desplaza el motor del crecimiento económico internacional de las economías nacionales a las empresas transnacionales, y de la política pública a la gerencia estratégica internacional.

El término “cadena de valor” propuesto por Michael Porter (1990) y el concepto “cadenas globales de mercancías” introducidos por Hopkin y Wallerstein (1986) fueron reinventados y reenfocados para explicar un nuevo orden global

centrado en las empresas y en la producción de nuevos productos mercadeables internacionalmente, entre ellos el turismo.

Pantojas (2014:131) describe cuatro modificaciones de paradigma que influyeron en cambio de las empresas y negocios, que impactan en la transformación de la economía mundial:

1. La innovación de nuevas tecnologías de información y las comunicaciones.
2. El nuevo orden geopolítico multipolar.
3. Una nueva forma de empresa basada en la información y el conocimiento y establecida en redes abiertas (transnacionales).
4. Una nueva organización empresarial abierta, dinámica y competitiva.

Las cadenas de valor se movilizan de la firma a la industria, para dibujar una nueva manera de segmentar la producción, al proveer la identificación de segmentos de producción y redes empresariales que pueden incorporarse mediante la subcontratación de productos y servicios, es decir, flexibilizar los mercados de manera que haya mayor informalidad en la economía y por ende un impacto desfavorable para las sociedades a la vez que “ventajas competitivas” para la industria.

Este escenario abrió las puertas a la práctica turística acumulativa en los países subdesarrollados. Finalmente, todo el recorrido que se ha realizado por estos antecedentes del nuevo orden económico y cómo impacta en la relación identidad-turismo servirá de estado de la cuestión para reafirmar la idea del debilitamiento de la identidad por la mercantilización de la actividad turística en los países receptores de la misma y la propuesta de organizaciones comunitarias para

fortalecer los lazos de identidad y conocimiento de la historia local de las comunidades.

#### **1.4 Modelos de desarrollo turísticos y su aplicación dentro de una localidad**

Como su nombre lo indica, el turismo es utilizado y considerado como un escenario de inserción de lo global en lo local, un medio diferenciador, creador de emplazamientos turísticos, que se desarrollan para que esta actividad se realice.

Según Vera, López, Marchena y Antón (1997:55):

Lo turístico hace referencia a los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sea excursionistas o residentes temporales.

El turismo surge en el siglo XVIII y deriva de la palabra inglesa tour (De la Torre, 1994). Los viajes actuales se distinguen de los antiguos, porque ahora buscan fines específicos y la demanda es un poco más abierta y accesible para las personas que deseen practicar esta actividad.

Los viajes realizados en épocas anteriores se distinguían por tres razones principales: curiosidad, placer y motivos culturales. En su mayor parte, lo disfrutaban hombres de clases sociales privilegiadas. Sin embargo, en la década de 1960, este hecho social se masifica, por las condiciones que logra la clase trabajadora de los países del primer mundo (Mazón, 2001); es decir: vacaciones pagadas, oportunidad de salarios altos, facilidad de ahorrar, entre otras. Todo esto permite que los grupos sociales menos privilegiados de los países desarrollados

y las elites de los subdesarrollados, tengan acceso a desplazarse a otros lugares y pasar a la categoría de turistas, buscando disfrutar de sus vacaciones o simplemente salir de la cotidianidad.

La vida urbana europea es una de las primeras que empieza a dar síntomas de esta situación de clase como una forma de distinción frente a los otros. Esta clase burguesa quería distinguirse de los obreros, proletarios, asalariados e inventan una moda de tomar el sol (Mazón, 2001).

Una de las nuevas estrategias que utiliza el sistema capitalista para acentuar aún más esta particularidad es el fenómeno turístico, que algunos estudiosos consideran como una nueva forma de imperialismo (Gaviria, 1974; Boorstin, 1964; Mira, 1992, entre otros, todos ellos citados por Mazón, 2001), quien elaboró un cuadro donde presenta a los autores que han analizado las consecuencias del turismo según diferentes temas y posicionamientos.

De igual manera se maneja el turismo como una nueva fuente de acumulación del capitalismo, lo que puede explicar el monopolio y la internacionalización creciente de los canales para explotar esta actividad (Estivill, citado por Mazón, 2001).

El impacto del turismo como fenómeno social, en especial en las comunidades receptoras, ha sido estudiado por varios autores en el ámbito centroamericano. Uno de ellos es Cordero (2000), quien elabora un modelo de impacto del turismo en las zonas receptoras, el cual permite captar o aprehender una realidad social determinada, por una actividad económica particular. Se describen brevemente los modelos sugeridos por este autor a fin de identificar qué

modelo se está desarrollando en las áreas receptoras de esta actividad económica:

1. Modelo de enclave o segregado: se encuentra manejado principalmente por las grandes transnacionales de comercialización turística y requiere de grandes inversiones públicas y privadas. Generalmente, esta forma de modelo es la que legitiman la gran parte de los gobiernos centroamericanos, debido a que funcionan como correas de transmisión de la penetración turística transnacional.
2. Modelo de integración relativa: el turismo de enclave avanza hacia una relativa integración con la economía nacional y local, de esta manera, los turistas establecen relaciones con las comunidades locales que sobrepasan lo puramente económico, para establecer lazos de comunicación social y cultural, ya que las comunidades se convierten en parte de la oferta turística. El modelo de integración relativa puede ser un avance en el reconocimiento de una identidad local. En este caso, la identidad de la cual son portadores los turistas, entra en contacto con la identidad local. En este contexto, se produce el intercambio identitario, pero se trata de un intercambio donde la parte local es la que generalmente resulta dominada o subyugada, debido a la fuerza económica de los visitantes.
3. Turismo integrado o social: impera un desarrollo turístico de pequeña escala donde prevalecen los pequeños negocios familiares o comunales (Cordero, 2000).

Este último modelo presenta una alternativa de inclusión, así como una clara conciencia local o identidad local, porque es esta adscripción la que puede permitir que la comunidad sea incluida, visibilizada, tener voz, frente a la alteridad.

Desde la perspectiva de quien sustenta el trabajo, las poblaciones pueden insertarse o tratar de lograr el desarrollo de un modelo integrado, a través de la organización de la comunidad receptora y la participación ciudadana o comunitaria; esto se podría obtener por medio de capacitaciones, así como de la contratación de mano de obra calificada por parte de las empresas, por el abastecimiento de materias primas y productos alimenticios a los hoteles con una mayor participación de los proveedores locales, etc.

Estos aspectos serán viables siempre y cuando en la comunidad se encuentren lazos fuertes de redes de cooperación y solidaridad, características

que el neoliberalismo no comparte, sin olvidar la violencia estructural y externa ejercida por parte de las múltiples instituciones; no obstante, los actores comunitarios pueden llegar a organizarse.

Otro signo diferenciador de una sociedad emergente en turismo es la dicotomía entre las vacaciones y el turismo. El primero alude a un descanso temporal de la jornada de trabajo, derecho adquirido por el asalariado después de meses de trabajo continuo. Segundo, el turismo alude a una movilización por diversos motivos que pueden incluir el trabajo remunerado; con ello se explica que en un periodo vacacional el agente puede practicar turismo (Mazón, 2001), lo que llevará a una interacción entre el local y visitante. El periodo vacacional permite libertad de movilización, es tiempo de descanso para el agente y puede viajar a comunidades receptoras, destinos turísticos.

Se hace necesario resaltar que algunos locales han emigrado de sus lugares de origen por mejorar sus condiciones de vida, pueden regresar a la localidad en su periodo vacacional o de descanso laboral. Como estas personas no habitan a diario en la comunidad, a pesar de que sus raíces son de allí, caen en la categoría de turistas ya que no es su residencia habitual. En esta investigación, se desestima este tipo de visitantes o turistas porque al ser parte de la comunidad receptora, por lazos familiares o de origen, pueden constituir otros rasgos distintivos de percepción de la identidad que alteran el sentido de pertenencia y autenticidad.

Se debe fortalecer el turismo local, incentivar los viajes entre nacionales, en donde no prime la estacionalidad del destino turístico, es decir, la temporada alta y la baja esencia del mercado internacional. Esto apelará a un modo distinto de turismo, pues cada modelo tiene características de exploración, consolidación, maduración del destino y producto turístico, lo que puede llevar a fortalecer presuntamente los rasgos de identidad más que con la demanda de llegada de turistas a nivel internacional.

Sin embargo, las temporadas altas y baja han sido mercadeadas por las empresas de hospitalidad de la siguiente forma: la temporada alta implica servicios de primera y mejores productos en los resorts “todo incluido”, ya que la clientela es de origen internacional; en las temporadas bajas, la calidad de los productos disminuye, al igual que los servicios debido a la reducción de personal, y es dirigida a un mercado interno o local.

Los mercados turísticos son también dinámicos, por ende, se ha llegado a la identificación de fases: una de consolidación y otra de fragmentación del consumo turístico. Ambas permiten al visitante o aspirante su práctica y disfrute. Los rasgos que caracterizan a la primera son: las escapadas o viajes de corta duración, de fin de semana; los turistas sobre todo los nacionales se preocupan por la adquisición de una segunda residencia con el objetivo del logro de unas vacaciones planificadas con menos disponibilidad de tiempo. La fase de fragmentación del consumo turístico se identifica con la flexibilización del proceso de producción, la estandarización de los destinos y productos.

La escapada se ha convertido en la reacción preferente ante la civilizada y racionalizada vida moderna (Elias y Dunning, 1986), aun cuando, como plantea Rojek (1993), la escapada en clave de viajes y tiempo libre acaba convirtiéndose en intensificación y extensión de las rutinas de la modernidad, al ubicarse en el dispositivo que lo estimula y le da salida: la industria turística.

El indicador más significativo en la constitución de una sociedad turística es la salida al extranjero. Podría hablarse así de un turismo patrimonial, en cuanto paralelamente sirve para la acumulación del patrimonio familiar y, por otro lado, se aprovecha de las oportunidades del patrimonio turístico desarrollado como sociedad de destino para turistas de otras naciones.

El turismo aparece como una industria destinada a intensificar el carácter reproductivo de las vacaciones: no solo descanso, sino descanso gastando. El turismo de masas es, en primer lugar, la consecuencia de la mercantilización de las vacaciones.

### **1.5 Sociedad emergente en turismo receptor y la identidad**

Cuando en este estudio se haga referencia a una sociedad emergente en turismo, se entenderá aquella donde su derrama económica ha sido mediada por la práctica turística, que sale del medio agro-mono-cultivador y subsistente para aparecer en un medio terciario o de servicios donde la inversión inmobiliaria es una característica primordial. La sociedad turística a la que aquí se hace referencia, emerge del interior de las economías empobrecidas y paupérrimas, por



tal motivo, no alude a salidas del país de origen, por lo que se refiere a una sociedad emergente en turismo receptor y no emisor.

Los componentes que caracterizan otro tipo de sociedades no son cónsonos con las sociedades turísticas, ya que en estas el tiempo de ocio y libre, así como el abandono de la producción y su énfasis en actividades de servicio, es su característica primordial y su atención se desplaza al disfrute, consumo, hedonismo, distinción, banalidad, superficialidad, un modelo urbanizador estandarizado, entre otras; modelo digno de una metrópoli o de una reconversión del medio rural a un modelo urbanístico para la globalidad, des-localizado y homogeneizado. Es cierto que en la mayoría de las áreas de la periferia centroamericana donde se ha asentado este tipo de sociedades, la bonanza económica ha venido a ser un motor de crecimiento económico y de infraestructura más que de desarrollo humano.

En cuanto al componente de identidad y sentido pertenencia, como dominio de la historia local, el agente, como estrategia de lucha, podrá desarrollar escenarios “decorativos”, contruidos por una determinada localidad como una habilidad de protección y defensa a esa homogeneidad que plantea el turismo tradicional (estadias esporádicas) y residencial (que conviven más tiempo en la localidad o comunidad). Es aquí donde la propuesta de orden identitario juega un papel primordial para el empoderamiento que se pueda dar en esa cotidianidad para reforzar contenidos de pertenencia territorial, autoestima sana (que desde su primer proceso de socialización se identifique como ser humano), manejo de

historia local y dotar de significado a su cotidianidad mediante alternativas étnicas de frente a esa otredad.

Diferenciación-identificación que es lo que plantea la identidad. Se podrá contar con espacios atractivos; sin embargo, la defensa de la autenticidad es de suma importancia para mantener la competitividad del destino receptor. Aunque muchas veces esta autenticidad se limita a: “escenas de autenticidad escenificada para complacer a los turistas y a su vez mantenerlos apartados de sus vidas cotidianas” (Cañada, 2013:43). Sin embargo, en este trabajo se aboga por una identidad que en su esencia dinámica, persiga una voluntad de construir y desarrollar una localidad con actitud y capacidad de conciencia y sensibilidad en sus raíces históricas locales, en dinamismo para el trabajo en beneficio propio y en aras de una calidad de vida mejor, con aliadas instituciones como la educación y capacitación de agentes sociales, en este surgimiento de sociedades turísticas. La búsqueda de la autenticidad deriva de entender la expansión turística como:

[...] una búsqueda de la autenticidad ante una vida moderna [...] inauténtica y superficial. [...] los turistas muestran especial fascinación por las “vidas reales” de la gente de otros países. Los turistas buscan más allá de los escenarios turísticos, en los “backstages” o tras los decorados turísticos, al encuentro de las vidas cotidianas de los residentes (Cañada, 2013:43).

La idea del turista como peregrino que busca encontrar autenticidad en los destinos turísticos, plantea el imaginario de distancia con su vida diaria, búsqueda de lo exótico y diferenciador en los destinos donde llega. Percepción que es algo compleja, pues es inherente a los imaginarios y estados emocionales del visitante. La búsqueda de realidades autóctonas en las comunidades receptoras turísticas

y el despliegue económico del turista, en muchas ocasiones permite que el local solo las recree como una herramienta de cuidado de su esencia local, por ello es determinante el proceso de reconocimiento y aceptación por parte del turista o visitante, ya que la identidad es relacional entre la mismidad y otredad.

La mayor parte de los estudios realizados en el ámbito del turismo lo hacen desde una perspectiva de rentabilidad económica y dinamización de las economías estancadas. Para Cañada (2013) las respuestas son inclinadas a los intereses de la industria del turismo, lo que condiciona en cierta parte al ámbito académico y de investigación desarrollado por las universidades. Esta situación lleva a una pobre comprensión del fenómeno del turismo y debilita posturas que puedan surgir desde las economías receptoras, resistentes al desalojo y a la pérdida de sus tierras, así como de su identidad.

Sin embargo, en la última década se ha dado un giro en torno a las formas de investigar y la producción teórica en el turismo. Esta corriente se conoce como “giro crítico” y contempla, entre otros, los siguientes elementos:

- Propone el turismo como herramienta al servicio del bienestar de la mayoría de la población, no solo a la industria turística, lo que abre el compás para investigar las características de la relación identidad-turismo objeto del trabajo.
- Alerta sobre las múltiples consecuencias que ha generado la actividad turística, entre los que destaca el debilitamiento de los rasgos de identidad si solo es usado como mercancía.

- Plantea un cuestionamiento de los modelos turísticos dominantes, en los cuales priva la segregación y acumulación de riquezas, por medio de atractivos naturales y culturales.
- Hay una introducción de categorías analíticas como “poder” y “desigualdad” para entender la dinámica del turismo, así como espejismos y construcción de falsas identidades circunstanciales y con poco arraigo en los destinos receptores.
- Sus raíces teóricas proceden de una visión marxista, las ideas de Foucault y micro-física del poder, pasando por la ecología política.

La investigación aspira a perfilarse en la línea crítica de enfoque de los estudios turísticos, proponiendo señalar y analizar las características de la relación identidad-turismo con apoyo de interpretación en los conceptos de Bordieu.

Después del recorrido por los cimientos teóricos de la identidad y el turismo es compleja la relación que se establece entre los dos conceptos, cuya inquietud es develar las relaciones que se den en dicha correspondencia, como la internalización del proceso por medio del habitus, campo y capital que dibujarán los elementos necesarios para promover sentido de pertenencia, autenticidad e inculcación de la historia local.

Se puede concluir que para comprender la relación identidad-turismo, esta debe ser señalada y analizada desde los actos interiorizados e inculcados, desde los procesos de socialización, y tales momentos están mediados por las peculiaridades que el sistema económico global va demarcando con base en su reorientación con medidas acumulativas y creadoras de inequidad social.

Los procesos de identidad, en el caso de estudio, se fueron forjando con una fuerte inclinación hacia un modelo eurocéntrico como la mayor parte del conocimiento adquirido desde la colonización para el contexto de las realidades latinoamericanas.

En todo proceso de construcción de la identidad el sentido de pertenencia, el conocimiento de la historia local y la autoestima, tienen rasgos moldeadores. Sobre todo, en el reconocimiento de su etnia, la diversidad y heterogeneidad que se da frente a la formación del auto-concepto personal y social.

## **CAPÍTULO 2. POBLACIÓN, IDENTIDAD Y CULTURA DURANTE LA PRIMERA DÉCADA DEL SIGLO XXI**

En este capítulo se analizan tres componentes indispensables en las dinámicas sociales: población, identidad y cultura en la primera década del siglo XXI, para la realidad coclesana en particular, y antonera en específico. Se abordan los siguientes puntos: se empieza por la caracterización general de Río Hato, la comunidad a estudiar, para pasar a un análisis de la dinámica demográfica y su incidencia en la identidad dentro de una localidad que es vista desde su historia local, así como sus aspectos económicos, políticos y culturales. Se hace un recorrido histórico local por cada uno de los aspectos comunitarios sin olvidar el componente demográfico, toda vez que se trata de una comunidad signada por la práctica turística, actividad que lleva al movimiento migratorio interno y externo de las poblaciones locales en la búsqueda de mejorar su calidad de vida y empleos mejor remunerados en la zona.

La estructura socioeconómica como base para construir un orden identitario ligado a la esfera turística busca sentar los orígenes de la sociedad emergente en turismo receptor, especialmente por el nuevo reacomodo en cuanto al uso del suelo y el fenómeno de gentrificación, ya que la mayoría de

terrenos que antes eran usados para la pesca artesanal y el pastoreo de ganado vacuno, ahora están dedicados a la infraestructura de segunda residencia, descanso o retiro, además de hoteles para recreación del visitante nacional e internacional.

Se consultaron los resultados del ATLAS de Desarrollo Humano Local: Panamá 2015, estudio que realizó el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) el cual brinda elementos importantes en el componente de la población de la provincia de Coclé y sus características principales; al indicar que, junto con otras provincias como Panamá, Colón, Chiriquí, Darién y Veraguas, se encuentra

[...] en proceso de expandir su grupo de edad productiva, mientras disminuye lentamente la población joven. De estas provincias, ya Chiriquí, Veraguas y Coclé reflejan una fuerte emigración, lo que sugiere el reto urgente de crear oportunidades de empleo para este creciente segmento de la población e invertir en formación para tener ciudadanos y trabajadores más preparados (Referencia, año y página).

Como se expresa en este extracto, hay seis provincias identificadas en pleno crecimiento de su población en edad productiva, jóvenes mayores de 18 años que ya han terminado su etapa de educación media y buscan insertarse en el mercado laboral. Como hay una fuerte emigración o salida de la población joven en busca de oportunidades laborales es urgente que los actores sociales, como autoridades gubernamentales e institucionales, planifiquen acciones para retener a sus poblaciones jóvenes, es aquí donde el enfoque de orden identitario contribuye a la búsqueda de esas alternativas; para lograr que estas nuevas generaciones permanezcan en sus comunidades, se apuesta por un anclaje en

sus orígenes étnicos, culturales y manejo de sus historias locales vinculados a actividades que les permitan un desarrollo en todos los aspectos.

Con la llegada de la actividad turística a las costas de Antón ha sido impactada por el fenómeno migratorio interno, sobre todo, en el corregimiento de Río Hato, objeto empírico de esta investigación. Por ello, se describen sus características en los apartados siguientes.

### **2.1. La dinámica demográfica y su incidencia en la identidad dentro de una localidad**

La indagación por la cultura local y los rasgos identitarios de los pobladores del corregimiento de Río Hato se acentúan en tres aspectos principales en el devenir cotidiano de la localidad, ellos son: aspecto cultural, económico y comunitario-político.

Se presenta un recorrido por la historia del poblado basado en estudios realizados con antelación, así como descripciones geográficas de su costa que ha sido aprovechada por el turismo y el crecimiento inmobiliario en el área.

Se muestra una sistematización de datos que pueden servir a las autoridades y al empresariado para tomar decisiones pertinentes, para mejorar la planificación colectiva sobre cómo aprovechar los atractivos naturales y culturales del destino turístico. El objetivo es lograr la equidad en la bonanza económica, para que pueda tener el efecto de derrame que se espera y que no solo se concentre en unos pocos privilegiados.



Río Hato es una comunidad semi-rural ubicada en el distrito de Antón, provincia de Coclé, República de Panamá. Según el censo de 2010, cuenta con una población de 15 701 habitantes. Torrero y Bustavino (1999:38) realizan la siguiente descripción:

El distrito de Antón posee una extensión territorial de 749.2 km<sup>2</sup> de superficie ocupando el tercer lugar en la provincia de Coclé (15%). El corregimiento de Río Hato ocupa una superficie de 133.7 km<sup>2</sup>, ocupando mayor extensión del distrito y por estar ubicado al sur está formado por favoreciendo así el pastoreo de ganado vacuno, también está formado por playas y costas muy tranquilas por su salida al Océano Pacífico.

El corregimiento de Río Hato se caracteriza por tener salida al mar con una extensión de 55 kilómetros de playa, en él se ubican diversas playas: La Pacora, Santa Clara, Sea Cliff, Farallón, La Boca de Río Hato. Del listado anterior, cuatro se ubican muy cerca del pueblo de Río Hato, ellas son: Santa Clara, Sea Cliff, Farallón y La Boca de Río Hato. Las costas cuentan con características geográficas de amplitud, “planas, secas, sinuosas, buenas para la navegación y para las actividades pesqueras con una amplitud de 55 kilómetros aproximadamente” (Torrero y Bustavino, 1999).

La mayoría de estas playas se caracterizan por poseer arena blanca y se perfilan como buenos nichos turísticos, de ahí que el gobierno y las empresas privadas acaparen estos terrenos para que se puedan hacer inversiones en el lugar, por parte de capital extranjero y nacional.

Se presenta el listado de los nombres de los lugares poblados porque esta toponimia es expresión de identidad de una región, arraigada con características de la naturaleza escénica del área y es un rasgo distintivo de cada lugar poblado.

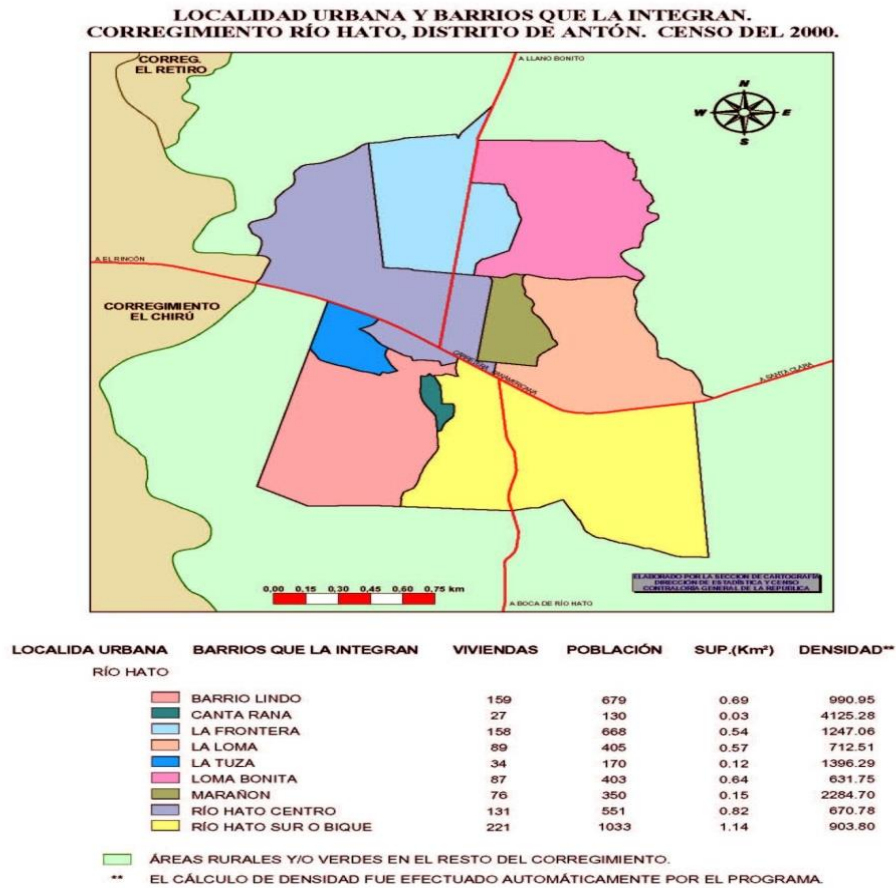
- Aguadulce: nombre en común con un distrito de la provincia.
- Alto de la Gloria.
- Arenilla o Toro Bravo.
- Boca de las Guías: desembocadura del río del mismo nombre.
- Boca de Patiño: Quebrada con este apellido.
- Boca de Río Hato: desembocadura del río del mismo nombre.
- Chumico Redondo: arbusto común de la capa vegetal de la región.
- El Chumico o El Comejen: nidos de termitas o polillas, son insectos sociales, se asume colocan el nombre por la cercanía de las casas, parentesco u concentración de las personas.
- El Espino o Las Guías de Occidente
- El Limón: fruto tropical
- El Piral: es una especie de mariposa y plaga que afecta al maíz.
- Farallón: protuberancia de una roca en el océano
- Foster: apellido de origen anglosajón.
- La Pacora: playa y zona costera al océano Pacífico y nombre de una especie de pez.
- La Playa de Santa Clara: zona costera al océano Pacífico.

- Las Guías Oriente: se le asigna el nombre porque fungió como guía por expediciones organizadas en tiempo de la colonización del istmo. Según leyendas orales contadas por educadores a estudiantes.
- Las Lomas: protuberancia natural.
- Las Matas: comunidad ubicada en la parte norte del corregimiento.
- Las Trancas.
- Llano Bonito no.1: área plana en el norte del corregimiento.
- Llano Bonito no.2 área plana en el norte del corregimiento.
- Loma del Medio.
- Los Cuernos: arbusto característico con frutos en forma de cuernos.
- Los Pollos: relatan que por la pérdida de una gallina por meses y la encuentra luego en una mata de yuca tan grande que crío sus pollos en ella.
- Palo Verde.
- Platanal: por la abundancia de plátanos o guineos chinos o cuatro esquinas.
- Playa Blanca: zona costera al océano Pacífico de arena blanca.
- Ponedero: nidal de las aves, en especial las gallinas.

- Pueblo Nuevo o El Jobo: árbol endémico de la región.
- Río Hato: Río y al lado hatos de ganado.
- Roma.
- Santa Clara: poblado arriba de la calle interamericana ubicado lejos de la zona de costa.
- Sea Cliff: área de costa, salida al océano Pacífico.

A continuación, se presenta el mapa sobre las divisiones o barrios de la comunidad en su casco cabecera. Consta de nueve sectores: Barrio Lindo, Canta Rana, Río Hato Sur o Bique, La Frontera, La Loma, Marañón, La Tuza, La Loma y Río Hato Centro.

**Figura 1. Mapa de Río Hato, comunidad de estudio**



Fuente: Contraloría General de la República. Dirección de Cartografía.

Como se aprecia en la imagen, Río Hato es un poblado con algunas particularidades:

1. Es una comunidad cuyo centro es la carretera internacional panamericana.

Actualmente cuenta con:

2. La mayor extensión territorial del distrito de Antón.
3. Un aeropuerto internacional.
4. Cadenas hoteleras internacionales y nacionales.

5. Desarrollos inmobiliarios y de bienes raíces.
6. Múltiples centros y plazas comerciales.
7. Servicios primarios como agua potable, luz eléctrica, escuelas y un colegio de formación hasta el nivel de bachillerato.
8. Representación del gobierno local con un representante de corregimiento, sus juntas locales y corregidores que son nombrados por el gobierno municipal.
9. Servicios privados como comercios y expendio de combustible, entre otros servicios.
10. Centro privado de capacitación.
11. Iglesias de varias denominaciones.

Desde 1940, la localidad se ha caracterizado por la presencia de extranjeros dentro de su territorio, durante esta época concentrados en una instalación militar norteamericana; luego, esta instalación es traspasada a las Fuerzas Armadas de Panamá y desmanteladas con la operación “Causa Justa” que provocó la invasión militar a Panamá por parte del ejército norteamericano, en 1989. Es importante analizar el impacto de esta operación militar para Panamá, en cuanto a su huella en el proceso de identidad. Esta intervención buscaba modificar la conciencia y sentido de pertenencia, desmantelar el sentido de unión social de la población, sobre todo las nuevas generaciones.

La invasión a Panamá persiguió reducir al mínimo el sentido de identidad y pertenencia al país en su totalidad, pero con mayor énfasis en la región

interoceánica y el área canalera, su fin último era borrar la memoria histórica, consolidar un sentimiento de baja autoestima, inseguridad por un presente desconocido, la corrupción y el narcotráfico, elementos que llevaron al panameño a desconfiar de su país, de su sector, de su barrio; y así, “sin sentimiento de pertenencia, no hay capacidad para dirigir su propio destino” (Tapia 2008:191).

En la comunidad de Río Hato, estaban ubicados el Instituto Militar General Tomás Herrera, la Sexta Compañía Expedicionaria, la Séptima Compañía Macho de Monte y la Escuela de Suboficiales Benjamín Ruíz, todos ellos formaban parte del cuerpo militar panameño, denominado para esta área la Compañía Victoriano Lorenzo, apoyada por un ala de la entonces Fuerza Aérea Panameña.

Lo cierto es que al final todo este territorio y sus adecuaciones en infraestructura se convirtieron en una Base Militar de la Guardia Nacional. Este dato es importante, porque denota parte de las peculiaridades y características de la identidad de quienes habitan la localidad. Su sentido de pertenencia, de identificación, su proceso de inculcación y habitus se fue moldeando con base en un uniforme militar, a la fuerza de la “bota”, de la represión militar.

Todo este imaginario perduró hasta la última década del siglo XX, ya que con de la invasión al país, la base militar fue atacada y destruida. Por tal motivo, la región entró en unos años de desaceleración y estancamiento económico hasta el año 2000, cuando se inaugura la cadena hotelera Decameron, que trajo consigo otras realidades, otros escenarios de intercambio identitario, otra forma de verse y ser visto por el otro. Una de las actitudes desarrolladas durante este período fue un fuerte individualismo, que se hace explícito a través de frases como: “sálvense

quien pueda”, “primero yo, segundo y tercero”, “si no me afecta a mí pues no hago nada”, y el famoso “juega vivo”, entre otras formas de acrecentar la individualidad y cortar con los lazos solidarios. De ahí que en esta población fuera preciso fortalecer los capitales sociales, redes de colaboración y sinergias necesarias para hacer frente a las oportunidades generadas por el aprovechamiento de todos estos terrenos de costa por parte de los gobiernos de turno para el desarrollo de una propuesta de destino turístico, como lo fue la zona cuatro Farallón<sup>2</sup> (Núñez, 2011).

Los terrenos donde se ubicaba la antigua Base Militar tienen una superficie de 7 000 hectáreas, correspondientes a dos fincas divididas en cuatro áreas. Estos terrenos fueron vendidos a la cadena hotelera Decameron. Hoy, además de contar con un hotel con más de 1000 habitaciones, hay villas residenciales utilizadas como vivienda permanente para residentes, así como segundas viviendas de fines de semana y periodos vacacionales.

Conjuntamente con la existencia de esta base militar, Río Hato se ha caracterizado por depender de una economía de subsistencia apoyada en la agricultura, pesca artesanal, ganadería y la explotación de recursos naturales como la arena de playa para construir. Sin embargo, en la actualidad este pueblo sigue el mismo patrón de terciarización económica que el resto del país.

La comunidad de Río Hato cuenta con una fortaleza en el desarrollo de actividades provenientes del sector terciario de la economía, más que de los

---

<sup>2</sup> Farallón es la comunidad costera que ha sido encerrada por dos resort Decameron y Playa Blanca. Es donde hay la mayor parte de viviendas de pescadores. La zona 4 Farallón era la antigua división de la Autoridad del Turismo en su antiguo plan maestro que dividida el país en zonas y no regiones como el actual.



sectores primario y secundario. Esto lleva a pensar que la presencia de industrias agrícolas y de otro tipo no es el fuerte de esta comunidad, sobre todo en su área central y costera, porque en el área norte del corregimiento sí hay actividades agrícolas y apego a la tierra como forma de satisfacer las necesidades básicas. La presencia de grupos ganaderos y campesinos es sumamente débil pues, son absorbidos por las grandes empresas ganaderas del país, además, se trata de una actividad que con los cambios climáticos exige de adecuaciones tecnológicas para sostener el ganado en las largas temporadas secas y otros fenómenos naturales como “El Niño”.

El sector que ha tenido un auge en los últimos años es el de la construcción, debido a las infraestructuras hoteleras que se han desarrollado en la localidad desde 1999 cuando Decamerón, como cadena trasnacional, logró que el gobierno nacional, por medio de la promulgación de la ley 8 de turismo, pusiera en concesión administrativa los terrenos donde antes se ubicaba parte de la base militar.

Después de una década de presencia de hoteles en el área, se nota un desarrollo en la comunidad, el cual es mediado en su infraestructura. Las casas familiares son de concreto, las calles han sido pavimentadas, se han reconstruido templos de las diversas iglesias, ha aumentado la cantidad de salones tanto en la escuela básica general como en la media y pre-media, lo que conlleva a un aumento en la matrícula.

Estas escuelas registran una matrícula de mil estudiantes cada una; distribuyen la atención de estos estudiantes en dos jornadas escolares, una

matutina y otra vespertina. Lo que no se ha modificado en infraestructura son los servicios del Centro de Salud, Policía Nacional, Servicios de Correo, Corregiduría y Casa Comunal. Los componentes de participación comunitaria y formación de capital social siguen un comportamiento débil, por ello se concuerda con el informe del PNUD que a la letra dice:

El capital social en la mayoría de las provincias se ubica entre 40 y 55%, lo cual deja un margen importante de acción para iniciar mejoras en la confianza interpersonal, pero especialmente, en los niveles de participación social que tienden a ser más bajos. Se nota además una carencia de cohesión social en provincias de alto nivel de desarrollo humano, lo que podría representar un riesgo para la convivencia pacífica y la sostenibilidad de los buenos resultados en otras dimensiones del desarrollo. (PNU, 2015:78)

El capital social, confianza interpersonal, participación social y cohesión social son rasgos que se pueden fortalecer con base en un buen reconocimiento de las tres preguntas fundamentales planteadas en torno a la identidad: ¿quién se es?, ¿dónde se está? y ¿hacia dónde se va?, pues al tener claridad en las respuestas a estas preguntas se puede apelar al conocimiento de su historia local, fortalecer el sentido de pertenencia, imaginar un presente alentador con satisfacción de las necesidades materiales, culturales, educativas, entre otras, para las sociedades emergentes en turismo receptor. Por eso se apela al orden a través de la identidad en su sentido dialógico frente a la otredad, aunque esté mediada por la superioridad económica del otro frente al local; en este caso es representado por el turista, y la mismidad por el local.

El nombre Río Hato se origina por la actividad ganadera, de allí “el hato”, es decir, esta actividad resulta ideal por las condiciones geográficas de la sabana.

Esta particularidad aún es recordada, sobre todo, en las fiestas patronales con las cabalgatas tanto de los adultos como de los niños, en los centros educativos locales.

La tesis presentada por Bethancour (1964) sostiene que los dueños de las fincas de la región eran españoles o de ascendencia española. Este hecho es importante porque junto con las poblaciones indígenas originarias de la sabana y la etnia negra, traída a la región para desarrollar las labores ganaderas, dieron lugar al mestizaje que constituye el grupo étnico más fuerte de la comunidad. A continuación, presentamos algunos rasgos generales de los grupos negros, indígenas y mestizos, con la finalidad de dar cuenta del complejo mosaico que articula la población de Río Hato.

En torno a la etnia negra, Bethancour y Natisindicaban en 1964, que su adscripción identitaria era específica, las personas se consideraban herederas de las poblaciones negras africanas coloniales y no de las antillanas o caribeñas. John y Biesanz (citados por Pizzurno, 2010:159) expresan lo siguiente:

[...] se recurrió a la estrategia de fomentar las diferencias culturales y “psicosomáticas” entre uno y otro grupo. Lo que desembocó en la mulatización imaginaria de los negros coloniales, quienes se representaban como más claros, más inteligentes, más hermosos y más educados que los isleños.

El carácter diferenciador prima en la construcción de un orden identitario, por ende, los sujetos se imaginan o se representan como diferentes, no iguales y utilizan adjetivos calificativos ligados al color de la piel, la “belleza” física y el nivel intelectual, elementos que a nivel social y psicológico conductual influyen en la

inculcación del habitus como principios generadores de las prácticas sociales, ya sean conscientes e inconscientes contribuyendo a no lograr una solidaridad entre los negros, bien sea de origen colonial o antillanos. No obstante, esta situación ha cambiado totalmente en la actualidad, debido a las migraciones internas, en especial las oleadas de personas de etnia negra traídas al país para la construcción del ferrocarril en 1821 y el Canal de Panamá, el cual fue iniciado por una empresa francesa y culminado por una norteamericana.

El proceso de mestizaje permite que las personas que habitan en corregimiento incorporen a sus prácticas cotidianas y culturales diversas. Por ejemplo, en torno a los gustos musicales y bailables, se pueden ver bailes afroantillanos, españoles y de otros orígenes como la cumbia, el tamborito, pindín, tuna, la rumba, guaracha, bolero, *rock and roll* y *twist*, y en la actualidad ha tomado mucha acogida el reggae, salsa, merengue, congo y ballenato. Esto produce un proceso de incorporación y asimilación de influencias culturales no autóctonas en la comunidad que poco a poco van variando y asimilando otras prácticas culturales e identitarias.

La gastronomía está basada en los productos del mar, pero también se destacan: el sancocho de gallina de patio, el gallo pinto, el arroz con leche, el bienmesabe, la chicha de maíz y la raspadura. De igual manera, quienes están asentados en la costa portan una vestimenta particular, la cual consiste en el uso de pantalones cortos, camisetas para los hombres que se dedican a la pesca; las mujeres utilizan pantalones cortos, faldas y blusas muy ligeras para aminorar los efectos del calor. Así mismo, la etnia negra, indígena y mestiza juegan papeles

importantes para poder explicar la conformación de la identidad local. Estas tres se mezclan en sus componentes culturales, sociales y políticos.

Los indígenas son representados por diferentes etnias: los guaimíes, denominados hoy Ngäbe-Buglé, quienes están compuestos por los grupos Ngäbe y Buglé; “se ubican principalmente en la comarca Ngäbe-Buglé, formada de la segregación de tierras de las provincias de Chiriquí, Bocas del Toro y Veraguas” (Instituto Nacional de Estadística, 2011-15: 25). La provincia de Coclé, aunque no se encuentre como parte geográfica en donde se ubican estos grupos indígenas, por su posición central permite el fácil desplazamiento de los grupos aborígenes.

También están ubicados en las montañas de esta provincia los llamados cholos. Siguiendo con este argumento se expondrá parte de la explicación que utiliza Hernán Porras (1993: 47) en su trabajo sobre el *Papel Histórico de los Grupos Humanos en Panamá*:

El aborígen fugitivo se marginalizó en las zonas agrestes que en nuestro istmo son principalmente las de la selva tropical, y las muy quebradas en la cordillera central y oriental. Aquí su vida fue fundamentalmente vegetativa, en cuanto a lo que a la nacionalidad se refiere, con dos grandes excepciones: a) la irrupción abrupta y efímera del cholo coclesano durante la guerra de los mil días; b) la más constante y estructurada de la raza Kuna. El cholo marginalizado se doblegó durante siglos a lo inevitable con paciencia casi oriental, pero guardando en lo más recóndito de su alma el rencor acumulado secularmente. Soltado el desorden revolucionario, después de la derrota liberal, irrumpió con explosión anárquica que pronto desgastó su propio ímpetu, volviendo su quietismo estéril.

Este planteamiento conservador de Porras, acogido por la tradición liberal dominante en Panamá, permite que a nivel local se haya construido una imagen de pueblo y de nación. En el mismo documento, Porras argumenta que la clase media provincial surge de las remanencias del antiguo blanco latifundista, es decir,

esta clase tendrá base económica principalmente agraria, “pero posee una preocupación intelectual y un gran interés por los cargos públicos en especial los relacionados con la judicatura” (Porras, 1993:64).

Se acentúa más el carácter conservador de la propuesta de Porras al considerar que la formación de la identidad panameña está atravesada por la existencia de determinados grupos humanos, una propuesta conservadora y monológica que permite que se siga legitimando una determinada idea de identidad y nacionalidad una visión fundamentada en la división donde se consolida la sectorización. La relación que se establece es que desde la conformación de la nacionalidad panameña la mayoría de intelectuales y científicos sociales han tratado de explicar cómo se forma la identidad nacional, algunos utilizan el recurso étnico para su explicación; otros la formación económico-social y así, sucesivamente. No obstante, nuestro argumento radica en la interacción entre lo cultural, lo económico y lo político, así como un conocimiento de la historia local para promover sentido de pertenencia, valorar lo propio, desarrollar un sentido de autenticidad y orgullo por lo local.

Porras evidencia y hace explícita las diferentes propuestas sobre las cuales se han consolidado los trabajos de la intelectualidad panameña. Esta imagen construida por un discurso dominante en la elite intelectual del país, sobre todo en el área metropolitana, impacta en la identidad local del pueblo de Río Hato, porque las personas tienden más a adscribirse a un grupo étnico que a considerarse como seres humanos simplemente diferentes y a ignorar que, precisamente, en este reconocimiento reside un *clúster* o estrategia turística, ya que esta rama de la

actividad económica se nutre de lo diferente, lo distintivo; siendo en este caso más conveniente seguir reproduciendo un esquema de Panamá como un mosaico de grupos humanos, que describir un Panamá conformado por diferentes clases sociales.

En este trabajo, abogamos por la idea de construir una identidad heterogénea, interétnica y multicultural (Pizzurno, 2010), que dé cuenta de las ricas y complejas realidades del Panamá y el Río Hato del Siglo XXI.

La etnia indígena cuenta con un sinnúmero de expresiones culturales como sus artesanías, confección de trajes o batas, sombreros, canastas confeccionadas con pajas, etc. Se resalta la importancia de la etnia indígena porque son quienes se están desplazando hacia la cadena hotelera Decamerón, Playa Blanca, Buenaventura, Riu y Sheraton, o para vender sus productos artesanales; por ejemplo, la etnia Guna tiene algunos puestos de venta de artesanía dentro de las instalaciones del hotel Decameron.

Buenaventura (un desarrollo urbanístico-hotelería ubicado en el área de playa de los poblados de Río Hato y El Chirú) cuenta con una tienda de la Fundación Mua Mua donde se venden productos artesanales de alta calidad y múltiples diseños, pero también en temporada seca construyen ranchos y venden sus artesanías en otros lugares, situación que no agrada a quienes forman parte de la gerencia de esta cadena internacional y mucho menos del sector exclusivo en Buenaventura.

Las manifestaciones culturales de los grupos negros e indígenas descritas son importantes porque son precisamente estas expresiones las que sirven de

carta de presentación a la comunidad, por ende, se convierten en una fuente competitiva para el desarrollo de la oferta turística. Tanto los atractivos naturales como los culturales son indispensables para esta industria.

Por otro lado, la etnia mestiza descendiente de españoles, negros y grupos originarios también forma parte de la comunidad de Río Hato.

Se debe resaltar la ubicación de la base militar norteamericana en esta región del país durante la Segunda Guerra Mundial, porque representa el primer contacto de los pobladores locales con personas foráneas. La cantidad de soldados acantonados en esta área alcanzaba 10 mil, quienes fueron trasladados, paulatinamente, a otros lugares según las órdenes del ejército militar estadounidense, situación que produjo el incremento de prácticas particulares como: “afición al consumo de drogas nocivas, alcoholismo, al juego y prostitución” (Bethancour y Natis, 1964). Se enfatiza la existencia en el pueblo de algunos negocios como cine, lavandería y otros. No solo la influencia de estos contactos culturales debe ser valorada desde el ámbito negativo, como lo expresan los autores que hacen sus estudios sobre el corregimiento. Cabe destacar que costumbres como tomar licor, el juego de azar, contrato de mano de obra barata, la gastronomía, la vestimenta, el modo de pronunciar el lenguaje castellano y otras, aún se mantienen. Son estas actividades entre muchas otras, como las antes descritas, las que forman parte de la vida cotidiana de los hábitos de socialización de quienes habitan la comunidad y ello condiciona sus comportamientos y estrategias para actuar en el campo laboral turístico y para la adquisición de diferentes capitales.



La estructura de servicios desarrollada en la época de los cuarenta y durante la dictadura militar panameña, absorbe a los sectores ganaderos y campesinos, razón por la cual pareciera que en la identidad local estos sectores se encuentran invisibles.

[...]la base militar dejó huellas muy profundas en todos los aspectos de la vida de quienes habitaban el pueblo. Ello se dio porque los norteamericanos, especialmente los soldados vivían en contacto diario con la población civil de Río Hato y hasta participaban en sus actividades (Bethancour y Natis, 1964:45).

Luego de que los soldados estadounidenses abandonaron esta base militar, sus instalaciones fueron traspasadas a las Fuerzas Armadas Panameñas, quienes lograron afianzarse en el poder político y económico con el golpe de Estado en 1968, liderado por el general Omar Torrijos, lo que permitió que los servicios de esta base incluyeran prácticas militares y de formación militar. Se sostiene la idea que la identidad de la localidad actualmente se ha ido formando sobre la base de un pueblo rural (mismidad) heterogéneo desde el punto de vista étnico y de clase el cual, se enfrenta al otro (otredad), representado por el militar estadounidense y panameño, principalmente, pero también por sujetos de otras nacionalidades. Este es el primer proceso de intercambio sociocultural al que se ven sometidos los pobladores de Río Hato.

Los militares frecuentemente convivían con lo local sobre todo los fines de semana, lo que permitió que en el pueblo se encontraran instalaciones como cine, lavanderías, lugares de expendio de bebidas alcohólicas, entre otras.

Este hecho es importante porque la identidad local del pueblo, dedicado a labores agrícolas de subsistencia y ganadería extensiva, lo lleva a desarrollar otro sector económico, el de servicios, ya que el militar los necesitaba. Esto originó que

las personas se acostumbraron a servir primero al militar estadounidense y luego al panameño, lo que les “facilitaba” la vida a quienes eran del lugar, pues se deslindaban de las labores del sector primario y secundario que eran mucho más arduas, presuntamente.

La base económica se va erigiendo como una estructura de servicios. El proceso de construcción de la identidad local se vuelve complejo por los tres procesos de asimilación cultural que ocurren en la comunidad, primero el contacto con la estructura militar estadounidense y luego los militares panameños y en la actualidad con el turismo. Tres procesos de asimilación con una misma estructura: la militar, solo que cambian los actores sociales con distintas nacionalidades y la interacción con los turistas.

Actualmente existen vestigios de esta formación, los lugares dedicados al expendio de bebidas alcohólicas son varios, tanto en el área de Río Hato como en el pueblo costero, Farallón, donde se encuentra ubicado el Decameron.

Otro tipo de manifestaciones es la religiosidad que forma parte de lo cultural; la religión que se practica es la católica. Las celebraciones principales son las de Santiago Apóstol y la Virgen del Carmen, las dos celebradas el mismo mes. Esta situación es importante porque se produce un sincretismo entre la práctica religiosa y las fiestas de calle (bailes populares, ventas de comidas, corridas de toros, cabalgatas, etc.) denominadas “paganas” por el sector eclesiástico. El carácter festivo de quienes habitan esta región todavía se mantiene como un elemento más de su identidad.

Dentro de la comunidad, también se pueden identificar instituciones sociales como la escuela, la iglesia, el gobierno local, comerciantes, asalariados, pequeños ganaderos y campesinos, la cooperativa de pescadores, etc. Lo que permite ver que el grupo social existente en esta área es muy heterogéneo, pero con características que permiten al pueblo ir conformando una identidad local, ceñida por una combinación de rasgos procedentes de su devenir histórico. Según Tapia (2008:197)

Se hace necesario desarrollar un intenso rescate de la memoria histórica del país, valorar y preservar su diversidad cultural y étnica en su capacidad de vivir en paz, las luchas por la soberanía total y la connotación simbólica del relevo generacional, como ejemplo más importante para Nuestra América, de ser el único país que logró vencer pacíficamente y desplazar de su territorio al ejército más poderoso de la tierra, el último mediodía del siglo XX.

Se apela al devenir histórico para recordar que apostar por el sentido de identidad y pertenencia puede ser la tarea a seguir para fortalecer los lazos de solidaridad y cohesión social que se necesitan en las comunidades signadas por la actividad turística para devolver esa confianza, autodominio y creer en sus propias capacidades para lograr una mejor calidad de vida para todos.

## **2.2. La estructura socioeconómica como base para construir un orden identitario ligado a la esfera turística.**

Ya se ha indicado la importancia de la economía de servicios, junto a las que todavía subsisten, las labores agrícolas y ganaderas.

Las tierras de Río Hato son habitadas por los lugareños, quienes por lo general no poseen títulos de propiedad, porque la mayoría de las personas

asentadas en el corregimiento no cuentan con los recursos económicos para comprar esas propiedades, que les pertenecen a terratenientes residentes en Antón, Penonomé, y algunos extranjeros. En este sentido, “el latifundio, en perjuicio del minifundio es una característica de esta área” (Bethancour y Natis, 1964). Desde el año 2000 hasta el presente se han comprado o adjudicado en concesión administrativa por parte del Estado Panameño, tierras para ser utilizadas como centros de construcción de infraestructura hotelera y villas residenciales, logrando con ello privatizar las costas y encerrar a las poblaciones costeras en un mínimo de territorio para el desarrollo de actividades de pesca artesanal y pastoreo en pequeña escala de ganado vacuno.

Actualmente, las personas se dedican a vender su mano de obra a los comercios, hoteles, villas como servicio doméstico y muy pocos se dedican a la pesca artesanal. Se contratan educadores quienes en su mayoría no son del poblado, sino de otras áreas del país y algunos se quedan durante los días laborales en el poblado por su compromiso laboral, situación que no lleva a desarrollar un compromiso con la comunidad; su contexto es solo circunstancial y de paso, lo que impide un sentido de pertenencia.

Profesionales de la medicina han establecido este servicio en los últimos dos años, en clínicas de atención médica privada que ayudan a desahogar el colapsado sistema de salud pública. Otras profesiones que se pueden encontrar en la comunidad son: ingenieros agrícolas, contadores, secretarias, enfermeras, técnicos médicos, ebanistas, electricistas, fisioterapistas, entre otras.

Asimismo, se encuentran las personas que se dedican a trabajos temporales: albañiles, pescadores, y con la llegada de los hoteles entran algunos trabajadores a formar parte de los asalariados de estas empresas, que provienen –la mayoría– de otras regiones del país, como de las provincias de Bocas del Toro, Panamá, Chiriquí, y también de otras nacionalidades (colombianos, principalmente).

Con la llegada de las empresas dedicadas a la explotación del turismo de naturaleza, se genera un enclave militar que la lleva a sufrir un estancamiento en los períodos en que éste se retira. Ello afecta negativamente la identidad comunitaria hacia el exterior, hasta el punto que se le denominó como el pueblo fantasma de la provincia de Coclé, o “de los muchachos sin camisa frente a la carretera interamericana y con la pala en la mano”.

Por estos y otros motivos, la población de la comunidad se ha asociado a un conjunto de características negativas como personas poco trabajadoras, vagas, inclinadas a la práctica de juegos de azar, consumo de bebidas alcohólicas, prostitución, consumo de drogas, entre otros vicios; razones que utilizan las cadenas transnacionales turísticas para la no-contratación de mano de obra del área. Sin embargo, esta situación puede estarse transformando por la influencia de las nuevas generaciones que ya no arrastran los efectos negativos del enclave militar. De ahí que en últimas fechas sí haya contratación de mano de obra del pueblo, sobre todo a las personas jóvenes.

La cadena internacional Decameron impulsa nuevamente esta región como algo atractivo para el turismo nacional e internacional por la belleza de sus costas. De igual forma, ocurre con el desarrollo inmobiliario de Buenaventura con sus propuestas de turismo de lujo y residencias de alto valor económico.

El corregimiento cuenta con una red de caminos y su cercanía con la carretera interamericana lo coloca en una posición ventajosa para ser catalizador de la actividad turística.

Se pueden identificar instituciones sociales como: escuelas, bibliotecas, correos y telégrafos, iglesias, cementerios, gobierno local, juntas locales, policía nacional, centro de salud, club de padres de familia. Existieron, además, algunas asociaciones como Río Hato Adelante, Unión de Estudiantes Río-Hateños.

Se ofrecen servicios como expendios de gasolina, comercios, fondas, restaurantes, lavamático, bares, café internet, etc. Se puede decir que su estructura económica y organización comunitaria se han forjado sobre la base de asalariados, funcionarios estatales, personas dedicadas al trabajo temporal, pesca artesanal, agricultura de subsistencia, construcción, entre otras.

El grupo social constituyente de esta área es muy heterogéneo, de acuerdo con Bethancour y Natis (1964) está formado principalmente por “una clase media acomodada [que] suele distinguirse mediante la apreciación de ciertas comodidades, basadas en mejores condiciones que las que poseen las demás personas como poseer un automóvil, casa propia”. En relación con la afirmación de los autores, se discrepa con ellos ya que se considera que lo que existe en el

pueblo es una clase media baja y proletaria, formada por la mayoría de quienes habitan el corregimiento.

En el ámbito de su participación política, las personas se interesan en ocupar un lugar dentro del Concejo Municipal de Antón, situación que se legitima por medio de las elecciones populares de representantes de corregimientos y alcalde, pero no existe una clara conciencia de participación democrática, sino más bien de clientelismo político. Este clientelismo hunde sus raíces en el acontecer histórico panameño, en su endeble cultura política de participación ciudadana y de desconocimiento de los métodos de rendición de cuentas por parte de las autoridades y la ciudadanía. Esto afecta el proceso de formación de la identidad, porque legitima en explicaciones e imaginarios como los de “etnia indolente, consagrada al desorden, suciedad, ignorancia, holgazanería, inmoralidad, ocio y atraso” (Pizzurno, 2010), que empiezan a trazar ideas enmarcadas en los habitus de locales y foráneos.

Como se ha planteado desde el inicio del trabajo la industria turística se nutre de los activos naturales de una región o emplazamiento (playas, ríos, montañas, desiertos, pesca deportiva, buceo, etc.). Río Hato cuenta con muchos de estos activos naturales por ser una comunidad costera del Pacífico panameño. Esto conlleva que “las comunidades locales son notablemente vulnerables a los impactos perjudiciales del desarrollo turístico” (Wearing y Neil, 1999).

Por este motivo, la identidad local se construye como un concepto que va redescubriendo el valor natural y humano de la región y existe la necesidad de acrecentar el grado de conciencia de sus habitantes para que permitan el

desarrollo de un modelo de turismo integrado, donde haya consenso entre comunidad local, empresas y visitantes. En tal sentido Wearing y Neil(1999: 123) expresan:

La interdependencia del turismo y el entorno social y físico es fundamental para el futuro de ambos, y es esencial que se busque una forma de conjugar los intereses de todas las partes, eso sí, asegurándose de que el control se preocupe sobre todo por los que sufren más directamente los efectos de la actividad turística [...] si se dejan de lado las cuestiones relacionadas con la conservación y la calidad de vida, se pone en peligro la base misma sobre la que se sustenta los objetivos de las poblaciones locales, al tiempo que se hace mucho más difícil el desarrollo y consolidación de una industria viable y sostenible.

Para el caso particular de la comunidad de Río Hato, una de las consecuencias sería la remembranza del enclave militar que forma parte del pasado histórico de la comunidad. Por tal motivo, la comunidad se verá afectada por el uso indiscriminado de sus recursos naturales no renovables, como sucedió con la extracción de la arena de playa, que permitió que el mar, paulatinamente inundaran las casas adyacentes a la costa. Se espera que quienes están al frente de la toma de decisiones sean capaces de considerar los factores que pueden determinar la relación identidad y turismo. Se requiere de un compromiso y cooperación por parte de cada uno de los actores sociales comunitarios y empresariales.

El gobierno, a través de la Autoridad de Turismo de Panamá, presentó el Plan maestro de turismo 2007-2020, que contempla el desarrollo turístico ordenado, dentro del territorio nacional por medio de ocho regiones turísticas y 26 destinos dentro de la geografía nacional. Estas instituciones deben estar llamadas a promover y reglamentar las actividades turísticas en la República de Panamá,



de tal forma que exista una clara reglamentación en el ámbito local que permita una conjugación entre los intereses gubernamental central y del gobierno local para el aprovechamiento de las ganancias con base en estas actividades, las cuales involucren bienes naturales y culturales que no son propiedad exclusiva de un grupo privilegiado.

Los actores que destacan, en este contexto, son la industria turística, los ambientalistas y la comunidad receptora. En este sentido, autores como Wearing y Neil (1999) explican que la industria turística busca un entorno empresarial que ofrezca seguridad financiera, mano de obra cualificada y responsable, atractivos que ofrezcan un nivel de calidad suficiente para garantizar un flujo continuo de visitantes y buenos rendimientos de las inversiones.

Por otro lado, los ambientalistas persiguen la protección del medio ambiente a través de la prevención, la mejora, la corrección de los daños y la restauración, es decir, motivar a la comunidad para que sea consciente del uso de los recursos naturales.

La comunidad busca comida, un suministro de agua limpia, cuidados sanitarios, un trabajo gratificante con un salario justo, educación y ocio, respeto de las tradiciones culturales y oportunidad en la toma de decisiones acerca del futuro.

Existe, así, un ambiente tan heterogéneo en las localidades receptoras de la actividad turística, sin olvidar que la mayoría de estas localidades han pasado por procesos de formación de identidades que los llevarán, de una u otra forma, a enfrentar los problemas que puedan surgir a la hora de negociar acciones que

beneficien a todas las partes involucradas, recordando que estas acciones deben llevar un diálogo explícito y no imposiciones, es decir, que la identidad local sea una herramienta de empoderamiento para las localidades.

Si bien los valores filosóficos y económicos de mercado y flexibilidad están acordes con una práctica turística como eje de acumulación capitalista, pues esta es la meta por las cuales se estructuran las empresas de ocio y recreación; en este trabajo se apela a una integración relativa de modelos de turismo que puedan generar ganancias y equidad para todos los actores, aunque esto se vislumbre como una meta aún lejana.

El ejercicio del poder es muy importante al momento de tomar en cuenta una participación comunitaria más activa para quienes residan en estos lugares dedicados a explotar el turismo, pues

a menudo la lucha de poder en los ámbitos nacional, provincial, o local se convierte en un factor que determina dónde se va a desarrollar el turismo, qué se ve y qué se hace, y quiénes, entre los miembros de la comunidad local, van a recibir los beneficios económicos (Wearing y Neil, 1999: 150).

Cada uno de los argumentos que se han expresado hasta ahora lleva a detectar el papel protagónico que deben ejercer las comunidades locales, al presentar y ejecutar cada uno de los proyectos de desarrollo turístico.

Hay corrientes de mercadeo que buscan que el reconocimiento local sirva como una estrategia más de mercado para encontrar un nicho específico al dar ventaja competitiva a la comunidad. En tal caso, no se debería perder el carácter dialógico que pretendería armonizar los intereses turísticos empresariales con los intereses de la comunidad local.

La identidad local, como conciencia racional de búsqueda de un proyecto común, debe incluir no solo el reconocimiento y participación de la mismidad y la alteridad, sino encontrar los medios necesarios para que ello no se quede únicamente en el discurso.

Por ello, hay trabajos como los que han elaborado instituciones como la Autoridad de Turismo con sus libros de colorear y cartillas como: *“Mi Panamá La Vieja Querida”* *“Mi iglesia de Natá Querida”* entre otros, que han destacado algunas directrices sociales para el logro material de estas ideas; otras alternativas son la elaboración de folletos donde se hable de la cultura local, sus expresiones, etc., para que sean repartidos a las personas que visiten las comunidades receptoras, agilizar contactos nacionales e internacionales con organizaciones no gubernamentales para tomar en cuenta otras experiencias y retroalimentarse en lo referente a los temas medioambientales, etc. Los autores consultados también expresan algunas ideas sobre cómo debe ser una práctica turística en comunidades indígenas; ellas deben sustentarse en acuerdos consensuados con sus dirigentes y deberían incluir permisos y acuerdos para:

tomar fotografías sobre aspectos como su vestimenta, idioma, invasión de la intimidad, respuestas ante la mendicidad, uso y abuso de los artilugios tecnológicos, el trueque y el regateo, los derechos de los pueblos indígenas, los funcionarios originarios de la zona, zonas prohibidas (Wearing y Neil, 1999: 87).

Este argumento contiene muchos rasgos conservadores; aparenta tener un reconocimiento de la diferencia, pero no la aceptación. Permitir al extraño que tome fotografías e invada la intimidad y su actitud hacia la mendicidad legítima cómo se construye un monólogo por parte de quien es turista. Justamente este

tipo de discurso es el que quiere desechar la propuesta de identidad local como reconocimiento y aceptación de la diferencia en todos los ámbitos de la vida.

La cita denota dos vías en el análisis: si se trata de resaltar los rasgos traslapados de los autores, se podría decir que se afianza la idea de una práctica antropológica que solo hable del otro como el diferente y el aprecio desde la perspectiva y con la carga emocional, personal, valorativa, psicológica, egocéntrica del turista, sin establecer las fronteras necesarias para no caer en una subvaloración de lo local, quien representaría la otra arista del análisis.

Es por ello que se puede pensar en un proyecto que ejercite la participación local a través de la identidad. Morera (2002) expresa al respecto que a una escala regional o local se puede ejercitar una participación comunal en el sistema ecoturístico a través de la convivencia en el espacio, generación de empleo, impulso a las empresas, etc., lo cual puede proporcionar: mejoramiento de la calidad de vida, empoderamiento de la cultura local, participación de la comunidad en las políticas locales, equidad en el acceso a los servicios básicos, entre otros. Morera muestra una clara indicación hacia la promoción de un dialogismo entre el conjunto de actores involucrados en un proceso de desarrollo turístico.

### **2.3. Identidad, campo, habitus y capital: la cadena de valor para las sociedades emergentes en turismo receptor.**

La cadena de valor es un modelo teórico que permite descubrir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final. Esta ha sido una modalidad aplicada en contextos globalizados que están

produciendo asimetrías en los circuitos nacionales e internacionales donde se llevan a cabo.

En este sentido, la teoría de Bourdieu brinda luces de interpretación con sus aportes de campo, habitus y capital, pues en el campo se desenvuelven todas las redes, tanto comerciales como personales y sociales que permiten las alianzas necesarias para consolidar los circuitos financieros y turísticos en sociedades emergentes, en el turismo receptor.

El campo laboral turístico representa ese escenario de juego donde los actores desarrollarán las estrategias necesarias para luchar por la obtención de los diversos capitales.

En este sentido, se hace una descripción del producto y servicio turístico dentro de esta cadena de valor. Los servicios y productos turísticos no confieren propiedad, es decir, los servicios ofertados por las empresas turísticas dan el derecho al uso o disfrute temporal de determinados bienes, por ejemplo, alquiler de material deportivo, medios de transporte o un determinado destino turístico, lo cual le confiere a la cadena de valor mayor competitividad en el mercado, porque intervienen elementos intangibles que resultan de las prestaciones profesionales, como diseñar o gestionar un viaje. De esta característica, se denota la complejidad de la actividad debido a que intervienen tanto elementos inculcados o del habitus como su relación específica con el campo y capital.

Esta interacción incide en la formación de la identidad, ya sea que privilegie la relación de diálogo, ideal, o la monóloga. Por ende, si la relación identidad-turismo enfatiza solo su carácter rentable y económico puede llegar a debilitar los

lazos de identidad comunitarios por la desvinculación en su devenir histórico, así como por lo circunstancial de la actividad y los servicios turísticos.

Muchas veces, las sociedades emisoras de turismo producen productos y servicios que son consumidos por las sociedades emergentes en turismo receptor, como las del caso que se analiza. Esta ambigüedad puede llevar a afianzar el sentido de pertenencia en la comunidad receptora o a una asimilación de los productos y servicios que los lleve a modificar sus raíces. De igual modo, los productos y servicios ofrecidos por las sociedades receptoras rara vez son ofertados directamente por ellos a los turistas, haciendo una labor intermediaria una empresa turística que está en distinto lugar de donde realmente se produce, consume y disfruta el producto o servicio.

Hay ciertos productos y servicios que se pueden considerar heterogéneos, por ejemplo, un servicio cultural. El producto y servicio pueden responder a diferentes proveedores. Hay aspectos como la vestimenta, condiciones físicas y culturales de los destinos entre las que mencionan la altitud, insectos, temperaturas, condiciones climáticas, gastronómicas, costumbres o hábitos diferentes o el grado de desarrollo de un destino, que son difícilmente controlables por las empresas turísticas intermediarias.

Ello abre un nicho de mercado en donde el sentido de pertenencia y la identidad ofrecen toda una gama de posibilidades para su implementación lo que puede posibilitar la consolidación de modelos de turismo inclusivos y sociales para las comunidades emergentes en turismo receptor. Estas circunstancias deben ser explicadas al viajero para que no se sorprenda, negativamente. Una

información correcta contribuye a crear una actitud mental positiva en el viajero ya que ha sido advertido, previamente.

Para finalizar, en la segunda década del siglo XXI aún siguen con fuerza los imaginarios y memorias de los siglos XIX y XX, por las particularidades del proceso de construcción de identidad, tanto a nivel local como a lo largo del país, tanto para la zona de tránsito como para el interior. Aún la mayor parte del empresariado del campo laboral turístico mantiene la imagen de un local desordenado, ignorante, holgazán, atrasado, dedicado al vicio y el ocio. Por ello se concluye que solo el proceso de fortalecimiento del sentido de pertenencia, manejo de la historia local, autoconocimiento, mayor educación e instrucción formal y no formal, son los elementos que le permitirán a las sociedades emergentes en turismo receptor hacerle frente a la acumulación del capital solo como herramienta para la obtención de ganancias que redunde en privilegiar a grupos muy reducidos.

### **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA**

El apartado contiene las principales metodologías y técnicas de recolección de datos para comprobar empíricamente la relación entre identidad y turismo. Responde teórica y empíricamente a la pregunta de investigación sobre: ¿cómo se modifica la identidad y las actividades productivas de una localidad por el surgimiento del turismo? Ya se ha mencionado que la sociedad turística ejerce una importante influencia en la constitución del habitus de la persona individual y comunitaria, porque aquí es donde se hace efectivo el proceso de socialización de los actores. Ahora bien, este componente teórico se trató de dimensionar en los procesos operativos de variables, dimensiones, indicadores e índices. La variable dependiente está representada por la identidad, el denominado orden identitario, y la variable independiente corresponde al turismo, con su correspondiente surgimiento o emergencia de la sociedad turística.



Las dimensiones de la variable identidad está representada por los siguientes aspectos, a saber: factor étnico, el cual tiene indicadores como moreno, chombo blanco, mestizo, mulato, no declarado, trigueño, criollo, afroamericano. Entre los índices de esta variable se presentan las marcaciones que realizó él o la informante en clave de autodefinición étnica.

Con respecto a la herencia étnica cultural, se trata de rescatar por medio de la oralidad y manifestación escrita una percepción que pasa de generación en generación, para conservar las costumbres y tradiciones que mantienen la cohesión social, dentro del ámbito comunitario.

Los rasgos primordiales, como indicadores de esta herencia étnica cultural, son las características sobresalientes físicas y emocionales del grupo, entre las cuales se mencionan: comida, bailes, artesanías, ritos religiosos, formas de vestir, todos ellos como índices. Otro elemento que se tomó en cuenta fueron los cuentos, chistes, refranes que aluden a la etnia. También se destacan los ademanes, el acento, ciertas palabras escritas propias de la comunidad, etc.

Se toma en cuenta el aspecto religioso en el estudio, porque los informantes claves logran expresar su componente espiritual y humano en relación con un orden identitario que quiera arraigarse o anclarse, tomando como evidencia la tradición espiritual ya sea católica o evangélica, las más comunes entre la muestra utilizada.

Percepción y grupos comunitarios abren el abanico para cruzar variables, al analizar la heterogeneidad y diversidad que presenta el ámbito local, para poder

encontrar una racionalidad lógica entre el habitus, campo y capital de cada actor social involucrado en la comunidad.

Se introducen las tres categorías porque cada persona expresa de una manera u otra su percepción de lo que puede estar pasando en la localidad, con una modificación de la identidad mediada por el ámbito turístico.

Finalmente, se busca analizar los cambios y continuidades en tres variables: incidencia del turismo, sociedad receptora -y no emisora- en turismo; y, escogencia de pareja -local o foránea.

La principal técnica de recolección de datos utilizada es la encuesta con preguntas abiertas y cerradas, la cual permitió medir cuantitativa y cualitativamente aspectos importantes del desarrollo de una percepción de identidad, por parte de los informantes claves (ver anexo 1). Las interrogantes responden a la siguiente lógica y variables a medir:

- Autodefinición étnica (preguntas 1-2-11-12-13-15-16-17-18-19-20)
- Herencia étnica cultural (preguntas 3- 4,5-6,7- 14-25)
- Lingüística identitaria (preguntas 9,10)
- Aspectos religiosos de la identidad (preguntas 8-21-22)
- Percepción comunitaria (23-24,26-27,32-33-34-41-42)
- Grupos comunitarios (35- 36)
- Incidencia en turismo (29-37-38-39-40)
- Sociedad receptora en turismo y no emisora (30-31)
- Percepción en uniones de pareja asimilación o continuidad (28)

Además de esta herramienta se emplean fotografías basadas en las técnicas de ventana, espejo y regla, con la idea de introducir una metodología de investigación por medio de foto y texto.

La foto-ventana es un testimonio de un mundo que desaparece, que a lo mejor nunca más volverá a ocurrir. Los espejos valen para investigar la naturaleza humana, los valores vitales de las personas. La realidad real no importa tanto como lo que esta comunica. Regla: Son tipos ideales que incluyen el mensaje del contratipo. Es decir, dictan una norma social, la contra norma, y a menudo incluso el castigo si no se sigue la norma” (De Miguel, Ponce de León: 1988:89).

De manera conjunta, se apoya el análisis de resultados en matrices que cruzarán las variables consideradas con conceptos como etnia, comunidad, turismo y asimilación.

La investigación se nutre de un vídeo que plasma las relaciones entre visitantes extranjeros y locales que comparten la experiencia comunitaria, mediante asociaciones u organizaciones que avalan y lideran acciones para conservar costumbres, tradiciones, etc., todo lo referente a un anclaje local fundado en la etnia negra y mestiza.

Se realizó también trabajo etnográfico, mediante observación participante de la vida cotidiana, discurso, oralidad, expresiones gastronómicas y bailables, así como la forma de vestir. El análisis del discurso también es un elemento usado como herramienta para lograr las explicaciones más cercanas a la realidad.

### 3.1 La conceptualización y operacionalización de orden identitario y la emergencia de la sociedad turística.

Las variables sobre la relación identidad-turismo se presentan en la matriz denominada esquema operacional de variables (Tabla 1). Los parámetros de comprobación utilizados corresponden a la auto-designación étnica que realiza quien es informante clave. Cada una de ellas se define y se ubica en las columnas correspondientes al ítem de análisis. Se hace un esfuerzo por realizar una medición cuantitativa de la identidad pese a que se trata de un concepto que, por su naturaleza ambigua, resulta más idóneo de análisis mediante técnicas cualitativas.

**Tabla 1. Esquema operacional de variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>
Orden Identitario	El orden identitario se define como la interiorización de prácticas culturales mediadas por el proceso de socialización, en donde los factores internos y externos juegan papeles primordiales en la consolidación de estos imaginarios para las personas. La etnia es un factor fundamental para la fijación de esa mismidad frente a la otredad.	Autodefinición étnica (preguntas 1-2-11-12-13-15-16-17-18-19-20) Herencia étnica cultural (preguntas 3- 4,5-6,7- 14-25) Lingüística identitaria (preguntas 9,10) Aspectos religiosos de la identidad (preguntas 8-21-22)
Emergencia de la sociedad turística	Cuando se refiere a una sociedad emergente en turismo se entenderá aquella donde su salida económica ha sido mediada por la práctica turística, sale del medio agro-mono-cultivador y subsistente para aparecer en un medio terciario o servicio donde lo inmobiliario y los viajes a estos lugares son lo característico y repetitivo. La sociedad	Incidencia en turismo (29-37-38-39-40) Sociedad receptora en turismo y no emisora (30-31) Percepción en uniones de pareja asimilación o continuidad (28)

	turística emerge del interior de las economías empobrecidas y paupérrimas, por tal motivo no se puede considerar como el concepto que alude a salidas del país de origen, con ello se deja claro que se refiere a sociedad emergente en turismo receptor y no emisor.	
--	---	--

Fuente: Elaboración propia con base al primer capítulo 1

### 3.2 Población y muestra

El corregimiento de Río Hato tiene una población de 17,510 habitantes en sus 33 comunidades. La investigación se concentró en el corregimiento cabecera porque presta todos los servicios públicos e institucionales que permiten obtener una muestra de todos los poblados aledaños. Se trabajó con una muestra de 50 informantes claves en donde las características primordiales fueron: edad, tiempo de residencia en la comunidad, la profesión y el sexo. La selección de esta muestra responde a una no aleatoria por avalancha. Se usa como parámetro de comprobación el tiempo de residencia en la localidad, las personas, su barrio donde habita y el contexto donde se desenvuelve en su cotidianidad. Se cita el siguiente argumento en cuanto a una investigación cualitativa:

Respecto al tamaño de la muestra no hay criterios ni reglas firmemente establecidas, determinándose en base a las necesidades de información, por ello, uno de los principios que guía el muestreo es la saturación de datos, esto es, hasta el punto en que ya no se obtiene nueva información y ésta comienza a ser redundante (Martín-Crespo y Salamanca Castro,2007:4)

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

Se utiliza la encuesta con preguntas abiertas y cerradas para abordar la relación identidad y turismo, con el apoyo de la herramienta digital Google Forms que es un formato que permite la rápida digitalización y recolección de datos después de aplicado el instrumento a quienes fueron informantes claves. Se aplicaron cincuenta encuestas con 42 preguntas en total. También las fotografías y noticias en los diarios ayudaron a recabar la información necesaria para el logro de los objetivos propuestos

### **3.4 El objeto empírico del estudio. La delimitación del distrito de Antón**

El distrito de Antón es fundado el 5 de noviembre de 1692, pertenece a la provincia de Coclé, ubicada en la parte central del país y está formado por seis distritos en total. El tiempo de recorrido de la ciudad capital al distrito es de aproximadamente dos horas, vía terrestre. Tiene una superficie es de 749.2 km<sup>2</sup>. Está ubicado entre los siguientes límites: al norte con el distrito de Penonomé; al sur, con el Océano Pacífico; el este, con el distrito de San Carlos; y al oeste, con los distritos de Penonomé y Natá.

En cuanto a su división política, lo constituyen los siguientes corregimientos: Antón cabecera, Caballero, Cabuya, El Chirú, El Retiro, El Valle, Juan Díaz, San Juan de Dios, Santa Rita y Río Hato.

Según Jaén Suárez, (1991:36), el poblado de Antón es fundado en 1717 y, en 1731 “a casi medio siglo de la fundación de la ermita, realizan una misión, en

Antón, los religiosos franciscanos fraile Antonio Rodríguez, fraile Joseph Sánchez y fraile Vicente Puga quienes predicán también en Penonomé y Natá antes de partir al Perú”. Como lo denota la referencia histórica, una de las condiciones singulares recogidas por los cronistas españoles fue la constitución del poblado de Antón en ermita, el detalle es importante porque denota ya la aparición de un poblado con ciertas características comunitarias como la religiosidad, y la ermita lleva a la convivencia social, cohesión y solidaridad. En pocas palabras, a la inculcación de un habitus en particular consciente e inconsciente en cada poblador y habitante. Como lo expresa Suárez (que cita a Araúz, Gasteazoro y Muñoz, 1991: 180):

en 1736, el obispo de Panamá, Pedro Morcillo Rubio y Antón visita el sitio de Antón y encuentra que “habrá en dicho asiento hasta veinte ranchos, o casas todo más de la gente vive en los montes, y son mulatos, zambos y de todas misturas, excepto, cuatro o seis familias de españoles que viven en aquella inmediación, tienen su Iglesia en que el cura Teniente les administra los Santos Sacramentos, se compone este vecindario de más de quinientas almas.

La descripción étnica es un indicador del imaginario eurocéntrico del autor de la crónica histórica, pues resalta con mucha atención el manejo del color de la piel como mulato y zambo, como grupos mayoritarios del pueblo de Antón.

Se refiere a que el atraso y ruralidad de la Ermita de Antón solo daba espacio para la satisfacción de necesidades básicas y de subsistencia. Indica el mismo autor

Se trata en ese momento, de un modesto templo con paredes de barro y techo de paja, rodeado de algunos primitivos bohíos y quizás una que otra casa un poco más importante, con techo igualmente de teja y piso de adobes cuadrados, a la usanza tradicional. Para mediados del siglo XVIII, se observa el crecimiento de una sociedad que está en plena gestación, y hasta de una pequeñísima

prosperidad material. Así, el 17 de julio de 1774, el mismo obispo de Panamá visita el pueblo San Juan Bautista de Antón y ejecuta un inventario de bienes de la ermita. El obispo muestra satisfacción por el manejo de las haciendas, propiedad de dichas cofradías religiosas, administradas por los mayordomos nombrados para tal fin. Ese mismo año, 1774, se registra la existencia en Antón de una compañía del Batallón de Infantería, [...] A finales del siglo XVIII la sociedad parroquial demuestra ya las estructuras que la definirán a lo largo de nuestra historia. (1991:38)

La narrativa histórica abre el abanico a interpretar los rasgos de identidad del poblado de Antón desde su constitución en tiempos coloniales, en donde el carácter rural y selvático es lo común en Panamá. Ya se puede apreciar el anclaje étnico del área que recae en el fuerte mestizaje, sobre todo, con las etnias negras e indígenas. Se aprecia poca presencia del blanco español y del criollo. Un componente importante es el aspecto militar y la defensa rudimentaria del caserío o poblado, compuesto por locales con algunas facilidades en oralidad y escritura, quienes ejercieron un oficio de seguridad y defensa más que de labores agrícolas, artesanales o pequeñas industrias como la ganadera o pesca.

La estructura étnica y social de Antón, corresponde, desde temprano, estrechamente con la evolución particular de su poblamiento y de su actividad económica y, en Coclé, será más parecida solamente a la de Natá, en contraposición a San Carlos y, sobre todo, Penonomé y Olá, más bien de montaña, mucho más indígenas, la verdadera tierra de los cholos. (Ibid, 42)

Es un distrito con orígenes étnicos negros e indígenas. Cabe señalar que es un negro de origen colonial, pues no corresponde a las oleadas de antillanos llegados al país. Esta particularidad también denota la importancia del toque del tambor como instrumento destacado en las celebraciones, tanto de festividades como de defensa. A esto se le agrega el toque del almirez o campana que simulaba el llamado del amo al siervo a la hora del almuerzo.



Por ejemplo, entre los 979 habitantes en la parroquia de Antón en 1790, el 76% son libres, considerados mestizos, mientras que los indígenas alcanzan el 5%, cuando en San Carlos son el 35%, en Penonomé el 65% y en Olá el 99% de la población. 177 blancos, en parte del grupo dominante local y 66 esclavos, casi el 6% de la población. Un registro de milicia arroja, en 1781, un total de 337 hombres capaces de tomar las armas, de los cuales 31 son españoles\_ es decir blancos, -15 cuarentones casi blancos, 78 pardos o mulatos, 91 zambos, 104 negros y sólo 15 indios. (Pineda, citado por Jaén Suarez 1991:42)

Las narraciones de los orígenes y del establecimiento del pueblo de Antón permiten identificar los componentes de identidad, además se constata la herencia étnica mestiza y su alcance numérico con relación a las poblaciones étnicas blancas.

Aunque el distrito parroquial de Antón existe desde la época colonial como una de las subdivisiones políticas de la antigua jurisdicción de Natá o partido de Natá como se llamaba a fines del siglo XVIII, en 1832 la Constitución adoptada por la Nueva Granada divide el territorio nacional en provincias, cantones y distritos parroquiales, quedando el de Antón entre los que formaron el cantón de Natá. (Jaén Suarez, 1991: 207)

Esta referencia es de suma importancia, porque desde tiempos coloniales ya se le atribuye un carácter con sentido de pertenencia, de nombre, de identidad.

La Convención del Estado crea el Departamento de Coclé el 12 de septiembre de 1855, pero en 1858 Antón y San Carlos formarán parte del nuevo Departamento de Soto con cabecera en Penonomé hasta que en 1860 el de San Carlos pasa definitivamente al Departamento de Panamá. En 1864 se crea nuevamente el Departamento de Coclé del cual formará parte el distrito de Antón, y en 1886 las provincias de Coclé y Panamá. (Comte, citado por Jaén Suarez, 1991: 208).

Por Antón se alude a una tierra poblada de negros y mestizos, más que aborígenes y blancos. Aquí ya se presentan los nombres de familias y personajes que participaron en los actos de separación de Panamá de Colombia, y se forma un nuevo hito en la construcción de la identidad del distrito y la cohesión en todo su territorio, superando las adversidades naturales en cuanto a la dispersión de la

población, distancia e inaccesibilidad de los caminos y vías de comunicación.

Según Comte Bermúdez (1946:12)

El 5 de noviembre de 1903 Antonio Burgos, comisionado especial de la Junta de Gobierno de Panamá llegó a Antón, logró enseguida la solidaridad de los antoneros y comunicó, mediante telegrama, que “Consejo de éste y de San Carlos adhiéranse con entusiasmo al movimiento del 3. Personalidades de Antón y de San Carlos forman parte de la primera Asamblea Nacional Constituyente de 1904 que dota a la República de sus instituciones políticas fundamentales, como Heliodoro Patiño Rangel (1868-1928) Emiliano Ponce(1866-1945) Aurelio Guardia Ponce (1857-1923), Alfredo Patiño Rangel (1866-1963).

En la actualidad, varios de los descendientes de los hombres aquí mencionados han formado parte de la historia, así como de la identidad del distrito. Esto lleva a delimitar un habitus para las nuevas generaciones en cuanto al fortalecimiento de la identidad, como estrategia de lucha frente a los campos laborales turísticos y los capitales.

Los límites del distrito de Antón se mantienen hasta hoy legitimando su territorialidad, un elemento más en la formación de la identidad. Se hace hincapié, porque abarca también la gama de sus atractivos naturales con su componente de montaña y costa, saliendo al Océano Pacífico. Es un distrito con todas las bondades del clima tropical húmedo y con su colorida vegetación.

En una situación de libre competencia quien ejerce el poder lo hace desde el control de estos activos que le permiten producir excedentes.

Entre sus principales sectores productivos se destacan la agricultura, ganadería, comercio, turismo, construcción, la pesca, cultivo de camarón y arroz. El turismo en la zona costera y montañosa está en pleno crecimiento. En la última década, se han llevado a cabo inversiones multimillonarias dedicadas a la

construcción de hoteles, residenciales, villas, resorts, campos de golf, *malls*, entre otros proyectos.

Estos inversionistas nacionales y extranjeros han visto en Antón un municipio con gran potencial, debido a su posición central y cercanía a la zona de tránsito. Este distrito tiene dos áreas de turismo identificadas: la costera y la montañosa que incluye a los corregimientos de El Valle, Cabuya, San Juan de Dios, Caballero y Santa Rita, Juan Díaz y El Retiro. Casi el 80% de los corregimientos corresponden al área montañosa más que costera.

### 3.5 Fuentes de datos y estrategia de la investigación

**Tabla 2. Algunas características de la división política-administrativa en la República de Panamá, según provincia y distrito (2014)**

Provincia y Distrito	Cabecera de provincia y distrito	Año de creación	Número de corregimientos	Número de lugares poblados	Población estimada al 1/7/2014	Superficie aproximada (en km <sup>2</sup> )	Habitantes por km <sup>2</sup> Año 2014
Coclé	Penonomé	1855	43	1,314	254,601	4,946.6	51.5
Antón	Antón	1855	10	229	55,493	747.8	74.2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadísticas, Contraloría General de la República de Panamá 2014.

Como se observa en la descripción cuantitativa de la provincia de Coclé, un 21.79% de su población total se concentra en el distrito de Antón, situación que lleva a darle una atención especial, porque es en estas costas donde se concentra el desarrollo inmobiliario y los servicios de recreación y hospitalidad, que representan una carga tanto económica como en prestación de servicios básicos para este territorio. El índice de desarrollo humano según informe para el año

2010, mide el grado de satisfacción en necesidades básicas para el distrito de Antón el cual registra un 0.689%, lo que indica que es bajo, pero que se accede con facilidad a los servicios básicos de agua, salud, electricidad, calles pavimentadas, entre otros.

Esta característica se debe al grado de diversidad que presenta la estructura económica en la provincia, y el distrito en particular, porque la mayor concentración se produce en el sector terciario que primario y secundario éste énfasis en el sector servicios lleva a deducir la urgencia de planificaciones con base a empoderar a las poblaciones en la importancia de sus adaptaciones a los cambios del mercado y la tecnificación en los otros dos sectores de la economía que por lo general se practican más en el área del interior del país que en la ciudad. Con ello se quiere argumentar que el desarrollo inmobiliario y de la actividad turística se concentre en la costa debe ser orientada hacia una sustentabilidad que no sea empeñada por la temporalidad del turismo.

Con ello se resalta que esta provincia, y en especial el distrito de Antón, siguen manteniendo su vocación principal en el sector primario, en actividades donde una buena planificación y un seguimiento adecuado pueden ser parte de un producto turístico que ayudaría a disminuir la estacionalidad del sector en sus temporadas altas y bajas.

En el anexo # 2 se presentan los cuadros que describen el carácter étnico del distrito de Antón basados en el programa del Instituto de Estadística y Censo que permite los cruces de variables de acuerdo con datos censales recabados en el último Censo de Población y Vivienda en el año 2010.

La base de análisis corresponde al programa de software REDATAM de Bases de datos de rondas censales de 2000 y 2010 de Panamá. Esta herramienta permite el trabajo con micro-dato censal, que resultó de gran ayuda a la hora de la auto-descripción étnica de quienes habitan el distrito de Antón, lo cual permitió un acercamiento con la identidad de origen étnico.

En casi todas las tablas se reconoce la adscripción étnica de mestizo en todo el distrito de Antón. Se ha superado, así, el imaginario de una adscripción identitaria ligada al color negro de la piel bien sea de origen colonial o antillano, dato digno de resaltar, pues en Antón se repite la misma constante que se tiene a nivel nacional de que la piel negra es sinónimo de vagancia, pobreza, poca instrucción, vicio, desorden, ladrón y juega vivo.

## **CAPÍTULO 4. LAS POLÍTICAS Y LOS MODELOS DE IDENTIDAD EN LA PROPUESTA DE CRECIMIENTO TURÍSTICO DE ANTÓN**

### **4.1.Las políticas nacionales para el desarrollo de la actividad turística**

Este capítulo da inicio con la información que crea el marco legal para la Autoridad de Turismo de Panamá, mediante Decreto de Ley No.4 (de 27 de febrero de 2008) Modificado por la Ley No. 16 de 2015. Gaceta Oficial 27767 de 24 de abril de 2015, que crea la Autoridad de Turismo de Panamá. Con ello el régimen democrático de la República de Panamá norma bajo esta institución pública todo lo referente a la actividad en el país. Es de utilidad el dato y recuerda que la categoría de campo es entendida como el espacio donde los actores sociales elaboran las estrategias necesarias para su interacción en la sociedad receptora de turismo. Para el caso de Antón es una población distrital con dos corregimientos que han experimentado una fuerte afluencia de turistas locales y extranjeros. Siguiendo con la idea se plantean los objetivos estratégicos de la

Autoridad de Turismo como institución regente de la actividad a nivel nacional los cuales son:

1. Convertir a Panamá en un centro de primer orden en materia de prestación de servicios en el mundo de los negocios.
2. Utilizar el Turismo como una herramienta clave para promover a Panamá como país ideal para visitar, vivir y hacer negocios.
3. Incentivar la imagen de Panamá a nivel Internacional a fin de crear una identidad adecuada para la inversión turística global.
4. Convertir el Turismo en un instrumento clave para la generación de empleos y la incrementación de las exportaciones.
5. Establecer misiones internacionales dedicadas a la promoción de la inversión turística y a la creación de infraestructuras de apoyo.
6. Crear un ambiente propicio para recibir inversiones extranjeras apoyadas por la empresa privada local.
7. Crear las condiciones adecuadas para brindar a los turistas que visitan Panamá, un servicio de calidad mundial.
8. Utilizar el Turismo como el instrumento ideal para alcanzar economías de escala.
9. Ampliar la planta hotelera, desarrollar actividades y productos turísticos atractivos, a fin de asegurar y mejorar los servicios de turismo receptivo.

De los nueve objetivos estratégicos importa resaltar el número 3 y se enfatiza, por el motivo que sólo se enmarca en la parte comercial y de producción

de excedentes económicos. *Incentivar la imagen de Panamá a nivel internacional a fin de crear una identidad adecuada para la inversión turística global.* En ningún momento este objetivo estratégico avala la parte cultural, humana y étnica de la identidad, ya que su visión está totalmente inclinada a los valores del mercado o la economía capitalista de acumulación de ganancias, detalle que no es de extrañar, pues es una política que responde a las directrices a nivel global, y más en los escenarios centroamericanos. La propuesta de las organizaciones comunitarias intentará dar ese giro de reconocimiento en identidad por medio de planificaciones y acciones tendientes a reforzar la historia local reflejada en aspectos de cotidianidad y cohesión comunitaria. Se expresa que es por medio de esta institución regente del turismo por el importante papel de ella en cuanto a promoción del país como destino turístico. Las administraciones de esta institución en su gran parte sólo se concretan a medir el impacto de la actividad sólo en el ámbito económico y generación de empleos.

Razones que son viables, sin embargo, se hace meritorio el reforzar acciones que giren en torno al conocimiento de la historia local y sentido de pertenencia de las localidades y se descentralice la atención que ha privado sólo para las provincias terminales de Panamá y Colón.

El concepto “inversión turística global” no deja espacio para incluir la pertinencia de valores fundamentales para motivar y enaltecer los rasgos fundamentales de determinado orden de identidad, basados en la etnia u otros elementos de conciencia nacional. Esto confirma que la tendencia es homogenizar los destinos turísticos, silenciar las diferencias y desigualdades más que presentar



una diversidad, equidad y diálogos con las localidades existentes y con gran potencial para desarrollar productos turísticos.

El mercado busca activar las economías de países capitalistas industriales, mediante la práctica de turismo emisor, lo que conlleva al desarrollo en estas latitudes de sociedades emergentes en turismo, por ello, según la Organización Mundial del Turismo:

en el horizonte del año 2020, los viajes y el turismo se habrán consolidado como la primera actividad económica del mundo, por delante de sectores como el petrolero, el automotriz, el energético o el informático, con más de 1.600 millones de viajes internacionales y un volumen de negocio cercano a los mil billones de dólares (Programa de Desarrollo Turístico de la provincia de Coclé, Panamá 2012:35).

Si dichas estimaciones se concretizan, las economías emergentes centroamericanas son uno de los escenarios favoritos para las mismas. Sin embargo, por las particularidades de Panamá como país, y en especial la provincia de Coclé con el distrito de Antón, ya se están modelando las oportunidades que se presentan cuando se consolida un destino turístico, en especial en sus costas.

En la actualidad, en Panamá se promueve el turismo interno más que el emisor a otras latitudes, lo que lleva a entender que se presentarán las proporciones para impulsar un turismo emisor interno o nacional para el interior del país y no solo receptor. Los desplazamientos hacia el interior del país son fuente de reactivación económica de muchas localidades, aunque sea de manera temporal o cíclica, lo que está llevando a un fuerte reconocimiento de lo local y a explorar sobre sus raíces, costumbres y tradiciones para concretar un nicho de

mercado que dé la satisfacción económica y humana que están buscando estas localidades para salir del estancamiento en el cual se encuentran.

Una de las estrategias de identidad son las festividades patronales y escolares que mueven a quienes habitan en la localidad a participar de ellas y, muchas veces, se convierten en corrientes de flujo o desplazamiento humano regional que pueden atraer una corriente interna de visitantes dentro de una localidad; por ejemplo, del corregimiento a la cabecera, del distrito o de la provincia, dicho movimiento no solo se presenta en el ambiente de ocio, sino también de salud, educación, entre otros.

Ejemplo de estas actividades en el distrito de Antón son la celebración religiosa del Cristo de Esquipulas consiste en un novenario, nueve días de rezos que inician el seis de enero de todos los años, terminando con el ofrecimiento de una misa y procesión el día 15 de enero; dicha actividad es catalogada como un atractivo cultural de jerarquía 2, es decir, mueve una corriente interna de visitantes de los pueblos que constituyen los diez corregimientos del distrito de Antón a su cabecera, que es donde se ubica el templo religioso del venerado Esquipulas. En el acto religioso de la procesión salen los llamados “esquipulistas”, que son señores y señoras que han ofrecido caminar durante los días del novenario pidiendo cooperación económica y se desplazan de casa en casa con una pequeña imagen y un tambor. Los de más conocimientos musicales les agregan otro tipo de instrumentos como maracas, güiro, violín. Es parte del habitus de la comunidad; es una manifestación originaria de una clase popular, de los llamados cholitos que habitan en las áreas montañosas de Antón, que se combinan con otro

tipo de grupos económicos pues aprovechan estas manifestaciones y oleadas de personas para asistir a estos actos. Aún no se ha establecido un conteo de cuántas personas asisten a estos actos religiosos, que se unen con las fiestas patronales que dinamizan las economías locales pues hay una serie de negocios informales que se establecen para obtener ingresos económicos. Entra a formar parte el campo como escenario de estrategias para afianzar un orden de identidad determinado, por lo menos para ser parte de este grupo de esquipulistas. Y por ende un capital simbólico pues te brinda estatus, aunque sea sólo por nueve días y una vez al año.

Otro ejemplo de estas actividades es el Festival del mango, actividad cultural-artesanal que tiene como objetivo resaltar el fruto tropical del área de la costa pacífica. Hay más de 300 variedades de esta fruta en el poblado de Río Hato y constituye una fuente de ingreso, pues se vende la fruta a vendedores que los transportan y comercializan en ciudad capital. El fin es resaltar los valores nutricionales y gastronómicos de la fruta y las diversas formas de ofrecer la misma como jaleas, ensaladas, disecados, como abre bocas, jugos, etc. Esto es otro rasgo de mismidad afincado a la producción de la fruta y lo que han hecho los antepasados en relación con ella. Pero a pesar de ello falta dinamizar este tipo actividades y que haya un verdadero compromiso cultural en la organización de las mismas, pues corren el riesgo de ser organizadas sólo por puro beneficio económico, olvidando la importancia de ofrecer alternativas que le permitan al local fortalecer su identidad y sentido de pertenencia.

El festival del Toro Guapo cuenta con la fortaleza de ser reconocido dentro del calendario de actividades turísticas y culturales del país, a nivel de instituciones, como el Instituto Nacional de Cultura y la Autoridad de Turismo de Panamá; además tiene una estructura de patronato que le permite con mayor liderazgo ofrecer éste producto a quienes visiten el distrito en el mes de octubre de cada año. Una de las críticas que se realiza es que se organiza en uno de los meses más lluviosos y es una desventaja, aunque bien pensado y con una buena organización se puede hasta mercadear como una bondad de la lluvia en territorio tropical. Cabe destacar que el patronato aún no ha tenido la capacidad en estos 49 años de celebración del festival de conseguir un terreno o habilitar plazas para la celebración del mismo. No hay una infraestructura que le permita afincarse como un producto turístico que pueda ser ofrecido a nacionales y extranjeros. Por lo menos debería existir una academia de enseñanza de ritmo del tambor antonero que tiene raíces negroides y que se diferencian del baile congo. También ofrecer clases de baile de toro guapo porque los pasos son característicos. Vale la pena reconocer la enseñanza del toque del tambor a las nuevas generaciones, lo que es digno de admirar, pero aún no hay la conciencia de elevarlo a la calidad de producto turístico local que pueda ser sostenible en el tiempo y que sea un arraigo de todo el distrito y no sólo del distrito cabecera. Así como se enseñan los bailes de proyecciones folclóricas de otras provincias también este baile propio, manifestación de mismidad, debe poder ser ofrecido a los conjuntos de las escuelas primarias y secundarios del país.

La Feria Santa Mónica es una actividad comercial organizada por Grupo Verde Azul, que por dos años logró movilizar una corriente de 40,000 personas en un solo fin de semana. Dicha actividad puso las bases de un modelo de organización ferial tipo urbano combinado con la ruralidad de la hacienda y permitió movilizar a toda la provincia y el país en general. Es una muestra de lo que se puede organizar a nivel de turismo siempre y cuando existan las planificaciones adecuadas y disponibilidad de las autoridades gubernamentales con alianzas respectivas con la empresa privada.

Otra actividad característica del distrito es la semana del Campesino en las escuelas primarias; es una actividad extracurricular que celebran los recintos educativos con el ánimo de exaltar los valores agrícolas y respeto por la tierra que provee productos para el ser humano. Los desfiles patrios son otra actividad para resaltar la identidad por medio de los símbolos patrios y recordar en el mes de noviembre los eventos de separación de Colombia e independencia de España, las cuales son celebradas a lo largo de todo el país. Es necesario recordar que son estos escenarios de socialización secundaria los que contribuyen a acrecentar el sentido de pertenencia a una comunidad, a un lugar, a un territorio, etc.

La semana Santa es otra de las festividades que contribuyen a fomentar las actividades de movimiento de corrientes de visitantes tanto internas como externas a las localidades, cada una de estas actividades pueden formar parte de los productos turísticos que aprueben una conformación de hábitos que permitan la internalización de costumbres, tradiciones fundamentadas en la historia local.

Finalmente se mencionan los carnavales que ya están posicionados en el interior del país y que son una manifestación más de esa panameñidad.

#### **4.2 Organización política del municipio de Antón**

La organización política del municipio de Antón representa para el estudio la vía y espacio del campo político ideológico. Es la figura del Estado que brinda orden, autoridad, la coerción en caso de violación a las leyes y reglamentos para la localidad. La expansión turística de enclave acumulativa ha modificado la identidad de la comunidad y sus actividades económicas productivas, es en esta institución local donde se pagan los impuestos y por ende donde se reglamentan las mismas, ello permite proponer ese diálogo en identidad étnica del cual se ha expresado a lo largo del documento sobre todo en el apartado dedicado al origen histórico del distrito de Antón, descrito por Jaén Suarez (1991).

Es bajo esta figura donde actividades como los festivales, ferias, patronales, y demás pueden contar con un espacio para su ejecución y promoción a nivel local lo que dará oportunidad a ir moldeando productos turísticos que incluyan referentes de identidad y culturales. A continuación, se presenta el organigrama del municipio de Antón como complemento de la propuesta del trabajo, ya que, es en las Juntas Locales y Comunales, ya con personería jurídica (solo las comunales), donde se puede sensibilizar y crear conciencia de un modelo de organización comunitaria basado en sentido de pertenencia y mismidad.

Más adelante se explica el modelo que se implementó hace cuatro años en Río Hato, sin embargo, se hace la salvedad que no es satisfactorio para lo que se busca con el estudio simplemente porque está amarrado a una de las empresas con mayor inversión en infraestructura en el área y la mayor parte de sus actividades deben contar con el aval de dicha empresa.

Se es consciente que para ambas oportunidades para el desarrollo de sentido de pertenencia enraizado en la etnia las tareas que de planificación, dedicación y recursos que son escasos y condicionados debido a la naturaleza del sistema político panameño, aún dista mucho de contar con niveles de participación ciudadana amplia y comprometida.

En la parte municipal, se presenta el organigrama de gestión vertical que tiene la institución de gobierno. Su máximo nivel jerárquico es representado por el concejo y la alcaldía municipal, ambas autoridades llegan a consensos para el bienestar de la vida democrática distrital y es en este contexto donde se debe empezar a planificar y ejecutar acciones correspondientes al fortalecimiento en identidad.

Según una apreciación personal esta estructura podrá en el menor tiempo, establecer acciones con miras a la creación de productos locales sostenibles en la actividad turística, pues es aquí donde los conceptos de una gobernabilidad y gobernanza pueden ser aplicados y consolidados en la formación en historia local y organización de cada localidad que constituye el distrito, a través de un programa

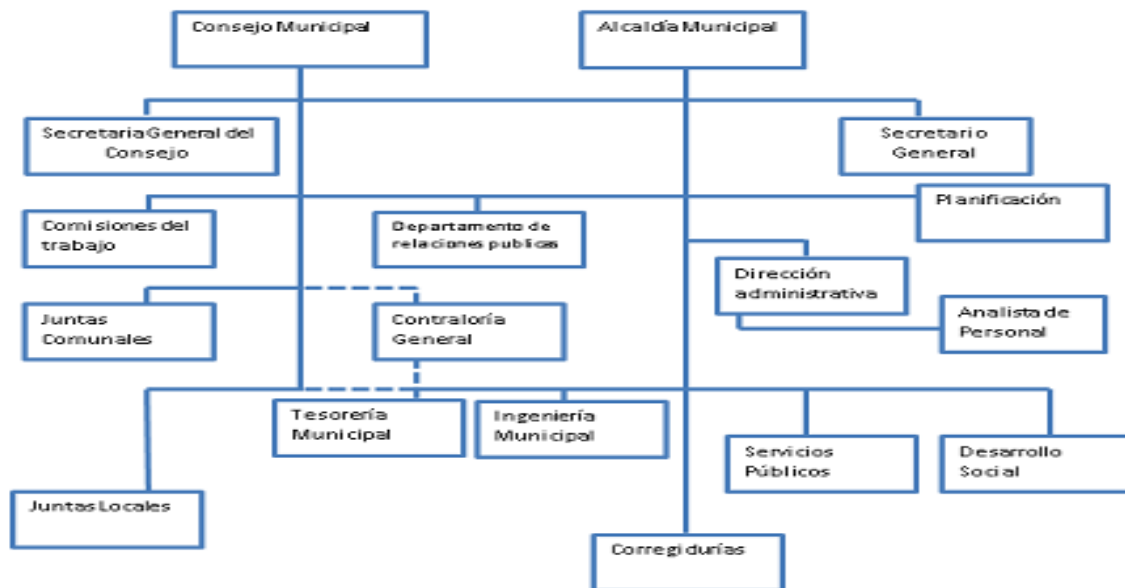
de participación ciudadana y consolidación de los derechos y deberes de los miembros de la comunidad.

Las Juntas Comunales están bajo la administración de un Consejo Municipal formado por 10 representantes de corregimientos elegidos cada cinco años por votación popular. El turismo de enclave según una apreciación personal se instala en las costas del Pacífico del distrito desde el año 2000. Los registros de experiencias en turismo en el área de montaña de Antón datan desde la década de 1960, reconocido como un turismo más social que de enclave según la descripción realizada por Cordero (2000), esto entra en contradicción con el modelo implementado para la costa en Antón.

Se hace énfasis en las Juntas Comunales que están fiscalizadas por la Contraloría General de la República de Panamá a través de la figura de la tesorería municipal. Se ha decidido llevar al lector por esta descripción porque se percibe la estructura como medio donde se puede anclar la nueva caracterización de un orden identitario para los actores sociales pertenecientes a los estratos medios profesionales asalariados, obreros y de escasos recursos económicos que se articulan en relación con su etnia.



**Figura 2. Organigrama municipal de Antón**



Fuente: Municipio de Antón. Página web municipal s/f.

También se cuenta con un instrumento para el manejo de los fondos municipales por medio del proceso de descentralización. El mismo recibe el nombre de “Guía para el manejo del programa de inversión de obras públicas y servicios municipales Secretaría Nacional de Descentralización Asociación de Municipios de Panamá”. Este documento establece que:

El Programa de Inversión de Obras Públicas y Servicios Municipales ejecutará obras de inversión que se determinarán de acuerdo a los sectores económicos, según las necesidades de las comunidades para el desarrollo:

- a. Social
- b. Educativo
- c. Salud
- d. Combatir a la pobreza
- e. Promover la inclusión de los jóvenes con discapacidad
- f. Grupos sociales tradicionalmente excluidos y marginados
- g. Proveer los servicios públicos de la jurisdicción del municipio, en bienestar general de la población (Contraloría General de la República, s/f).

A su vez reglamenta las inversiones en arte y cultura, construcción, ampliación, reparación, equipamiento, adquisición, servicio o mejoramiento de:

- Auditorios.
- Casas culturales.
- Restauración del Patrimonio Histórico.
- Escultura, placas monolitos.
- Patrocinio o compra de implementos para bandas musicales o guerra. (Ibid, s/f)

Como se podrá apreciar, las reglamentaciones y guías constituyen un material para el soporte de la gestión municipal; sin embargo, es necesaria la voluntad para el trabajo y aumentar los niveles de participación ciudadana en los ámbitos locales, es decir, hacer una campaña de concienciación para elevar los niveles de capital social de las localidades y comunidades.

En el ámbito de reglamentación y legalidad, el municipio en su gerencia actual, establece la figura de secretaría de turismo. La cual lleva un programa de ordenación de los paseos a caballos para los turistas. La reglamentación consiste en un carnet y uniforme para los que presten el servicio, además con ayuda del gobierno central se han promovido varias ferias con pescadores y artesanos del área con el fin de lograr sentar algunas bases para conseguir un modelo de turismo más inclusivo.

Sin embargo, la mayor parte de las administraciones de hoteles no ven con buenos ojos la prestación del servicio de paseos, porque la asocian con la venta ilícita de sustancias nocivas para la salud. En términos de Pantojas (2014) “la industria del pecado”. Se expresa con ello un indicio del gobierno local municipal

de lograr una adecuada gobernanza por medio de la acción de organizar a estas personas que prestan el servicio de paseos en equinos.

Para otras acciones de gobernanza que incluyan otras instituciones como las educativas y juntas locales (ver capítulo 1). Con ello se expresa que si hay interés por parte de locales a la organización y avance de un modelo de turismo más inclusivo y social.

Hay una plataforma que puede posibilitar el fortalecimiento de un orden identitario basado en la etnicidad y multiculturalidad en Coclé. Con ello se refiere a que hay un marco de legalidad y se pueden gestionar recursos para planificar y apoyar actividades que se desarrollan dentro de las comunidades como las mencionadas fiestas patronales y celebraciones culturales. Es decir, se puede establecer toda una plataforma de apoyo en productos no sólo turísticos sino también de índole cultural. La norma panameña establece que para la organización por la figura de organismos no gubernamentales se debe tener un plan de trabajo de cinco años, local, junta directiva y personería jurídica la cual para las poblaciones del interior representan gastos económicos que en muchas ocasiones no pueden ser sostenidos por las agrupaciones por más que se intente. Es por tal motivo que se apela a la organización municipal ya existente de juntas locales y comunales que por lo menos ya tienen esta parte de la exigencia completa. Ello permitirá que se pueda tener cierta autonomía y no estar supeditado a los intereses del capital acumulativo. Se hace necesario un empoderamiento local de la ciudadanía para que se puedan cumplir con dichas disposiciones y que

no ocurra, como es común en nuestras realidades, que caiga en letra muerta o estéril.

La oferta turística de Antón en alojamientos se ve representada por los siguientes establecimientos:

**Tabla 3. Establecimientos de hospedaje por corregimiento de mayor inversión en infraestructura**

<b>Nombre del establecimiento. Corregimiento El Valle</b>	<b>Año de inicio de operaciones</b>
Hotel Campestre	1960
Hotel Rincón Vallero	1996
Hotel Los Capitanes Eco Resort	1997
Residencial El Valle	2000
Residencial Antón Valley	2007
Cabañas Giselle	1996
Hostal Park Eden Bed & Breakfast	2001
Hostal Familiar Crater Valley	2002
Hostal Familiar CanopyLodge	2006
Casa Pueblo	2008
Residencial Don Pepe	1999
Los Mandarinos	2006
Cabañas Potosí	1980
<b>Nombre del establecimiento. Corregimiento Río Hato.</b>	
Hotel Royal Decameron	1999
Hotel Playa Blanca	2003
Cabañas Las Veraneras	1990
Pensión Las Delicias	1998
Residencial Río Hato	2010
Sheraton- Bijao	2009
The Buenaventura Golf & Beach Resort- Panamá. AutographCollectionHotels de Marriott Internacional.	2017
<b>Nombre del establecimiento Corregimiento de Antón Cabecera</b>	
Hotel Rivera	1985
Pensión Panamá	1975
Hostal Las Luciérnagas	2003

Fuente: elaboración propia a partir de información de Autoridad de Turismo, directorio en alojamientos públicos 2016.

Este cuadro es esclarecedor para analizar los cambios en los tipos de turismo predominante. En los años 60, cuando es fundado el hotel Campestre ubicado en el corregimiento de El Valle, que pertenece al distrito de Antón, es la época en donde aún la presencia militar norteamericana y panameña se encuentra en el país. Estos militares visitan la región, especialmente por sus montañas y clima fresco (El Valle de Antón) y la cercanía con sus playas, en especial playa Farallón, Santa Clara (ambas ubicadas en las costas de Río Hato), lo que permite presuntamente la interiorización de un habitus encaminado a la prestación de servicios cíclicos en la actividad del turismo.

Sin embargo, con el paso del tiempo se aprecia un cambio al turismo masivo que persigue la estandarización de la oferta y homogeneidad en servicio no personalizado.

Entre los modelos de desarrollo turístico explicados está el de enclave, el relativo y el social. El primero sería el más invasivo y “comercial”; el modelo relativo alude a una aproximación del el turismo de enclave con las localidades; y el social apela a un desarrollo de pequeños negocios familiares y comunales (ver capítulo 2 para mayores detalles).

En la actualidad, el que ha crecido con mayor fuerza es de enclave por la característica de mantener su clientela cautiva, sin embargo, hay algunos indicios de un avance hacia un modelo relativo en el área costera, pero con fuertes rasgos de diferenciación y separación. Este modelo podría ser un avance en el reconocimiento de la identidad local. En cuanto a la oferta de El Valle, se puede identificar como un modelo social, pues son negocios familiares y no es masivo.

El programa de desarrollo turístico de la provincia de Coclé plantea los siguientes puntos a seguir:

- Estructuración del territorio en centros turísticos.
- Cartera de negocios/productos prioritarios para cada centro turístico identificado y para el conjunto de la provincia.
- Definición de la estrategia competitiva genérica por productos.
- Priorización de públicos/segmentos, mercados geográficos por productos y centros.

Si bien los mercados internacionales de turismo obedecen a planificaciones de gobernanza dictadas desde elementos foráneos, se pueden hacer las adecuaciones necesarias para el logro de ese deseado estado de bienestar individual y colectivo. Se hace oportuno resaltar los cambios y tendencias hacia donde se conducen estas economías emergentes y el país no escapa a ellas. En los años por venir se dispondrá de una sociedad con las siguientes características:

1. Con más disponibilidad de tiempo libre, por las jornadas laborales reducidas, gracias a los avances de la tecnología, por la esperanza de vida de quienes son adultos mayores y el mejor acceso a los servicios de salud.
2. Los sistemas de transporte y de movilidad han mejorado, tanto a nivel internacional como nacional, lo que propicia mayor conectividad entre los lugares. Evidencia de ello es la red vial que se ha dado para los sectores montañosos del distrito de Antón.

3. Un viajero y turista con nuevos imaginarios e informaciones, gracias al avance de la tecnología con los sistemas de localización GPS, los móviles, las portátiles entre otros. Este actor social, además, de la búsqueda de servicios funcionales como: alojamiento, comida, diversión, transporte y guía, buscará beneficios simbólicos y vivenciales, y es allí donde la propuesta de fortalecimiento identitario juega su rol protagónico, en esta sociedad que emerge en turismo receptor.

Estos beneficios simbólicos son: el reconocimiento -ser-, la personalización, experiencias únicas e irrepetibles que les podrá brindar, por ejemplo, un pescador a la hora de coser y remendar sus redes, cómo se clasifica el producto después de la pesca, un buen baile con son afro-colonial, un toque de almirez, una siembra de arroz por chuzo, en fin, toda la gama de vida cotidiana de un habitante del distrito.

#### **4.3 El turismo en la provincia de Coclé**

Desde la ampliación de la vía panamericana a cuatro carriles, se ha generado un volumen de movimiento turístico interno en el país, situación que ha potenciado el aumento de servicios para esta población viajera y como efecto secundario se han mejorado las infraestructuras para mayor comodidad en prestar servicios. En otras palabras, se ha modernizado el interior del país, replicando un “modelo urbanístico gris” lo cual aumenta la demanda de permisos de construcción municipales regentados por los departamentos de ingeniería municipales

interioranos, sobre todo en el caso particular del distrito y corregimiento objetos de este trabajo. Entre las perspectivas de crecimiento en turismo se dice que:

Coclé tiene grandes oportunidades para convertirse en un destino preferente en el mercado nacional y captar flujos de turismo internacional, considerando la enorme diversidad de atractivos que posee, tal vez, como ninguna otra provincia de Panamá, combinando adecuadamente sol y playa, con recursos de naturaleza y una variada gama de atracciones de tipo cultural (Programa para el desarrollo turístico de Coclé 2012:35).

Sin embargo, para que esta consolidación sea efectiva se debe beneficiar directa o indirectamente a cada ciudadano que forme parte del territorio, el pasar solo de un lugar que recibe turistas y visitantes a un destino que contenga una marca que pueda ser competitiva a nivel nacional e internacional, implica grandes desafíos. Parece que hay una contradicción en el discurso, porque se utilizan conceptos que se generan desde una propuesta neoliberal y de mercado, pero se insiste en un diálogo entre las posturas empresariales, gubernamentales y comunitarias. Si bien se plasma esta intención en papel, en la práctica no se consolida un modelo real de participación ciudadana y democrática.

Es por ello que se apuesta por la formación, capacitación y educación desde todos los niveles tanto informales como formales en los diversos escenarios de actuación comunitaria reforzando todas esas expresiones de cultura popular, porque en ellas hay un aprendizaje y reconocimiento que, mediados por un habitus, capital y campo, pueden llevar, presuntamente, a la consolidación de un orden identitario como base para una sociedad que emerge en turismo. En este sentido:



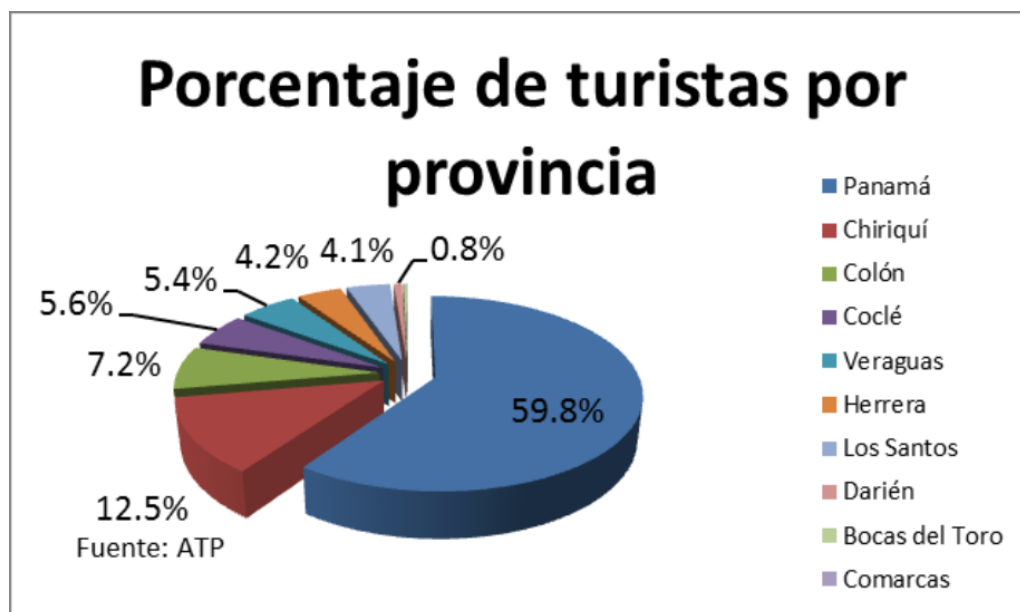
Implica, en primer lugar, aceptar y asumir colectivamente que la actividad turística es una de las principales actividades económicas y que se puede convertir en uno de los motores fundamentales para elevar la calidad de vida de los habitantes de la provincia, entendida ésta como una combinación de prosperidad económica y sentimiento de bienestar. Significa, en segundo lugar, que se debe actuar en consecuencia y en coherencia con eso y, por tanto, el sector turístico debe estar organizado, preparado y capacitado para que pueda desarrollarse en las mejores condiciones posibles, preservando y revalorizando la identidad, la cultura y el patrimonio natural de los coclesanos [...] Por su parte, la Administración Pública, nacional, provincial y municipal, son responsables de crear y gestionar las condiciones en las que se desarrolla la actividad turística, desde infraestructuras de transporte y comunicaciones, servicios de seguridad, sanidad, limpieza, información, etc., hasta la definición del marco legal y jurídico en el que debe desarrollarse el turismo. Deberán crear, además, las condiciones adecuadas para que las empresas y los profesionales de la actividad turística puedan desarrollar eficazmente su trabajo (Ibid:35-36).

Hasta el momento se ha identificado para el distrito de Antón la propuesta de crecimiento en turismo focalizado en sol y playa, con la alternativa de montaña en El Valle. Sin embargo, se trata de un modelo consolidado que ya empieza a presentar sus bajas cíclicas pronunciadas, sobre todo, en los resorts todo incluido.

En este trabajo se busca desarrollar una propuesta que concilie ambos objetivos tanto el productivo como el que sea sostenible para la comunidad receptora de la actividad turística. Las tipologías de práctica turística que se proponen como alternativa al de sol y playa son: ecoturismo, de salud y agroturismo. Es importante que se comprenda que el modelo de enclave busca mantener cautiva su clientela y no es de su interés el apoyo a alternativas de entretenimiento que se puedan plantear desde la localidad.

Para entender un poco más el comportamiento de los turistas en el país, resulta de utilidad el gráfico (Figura 1) donde se ofrecen datos del porcentaje de turistas que visitan las distintas provincias de Panamá. Como se visualiza, Coclé es la cuarta provincia donde llegan visitantes nacionales e internacionales.

Figura 3. Visita de turistas a las provincias.



Fuente: Programa de desarrollo turístico de la provincia de Coclé, Panamá, 2012.

La gráfica pastel coloca la provincia de Coclé en cuarto lugar en la distribución del porcentaje de turistas que llegaron a las provincias durante el año 2012. Este 5.6 seguido muy de cerca por la provincia de Colón abre el abanico de posibilidades a los gobiernos locales de crear las bases necesarias para establecer un orden identitario basado en el sentido de pertenencia y reforzamiento de las historias locales de cada una de las comunidades parte de la oferta turística. Ambas comunidades cuentan con salida al mar. La información estadística suministrada lleva a indagar sobre los comportamientos y gustos de estos nuevos nichos de mercado y sus características humanas, entre ellas se pueden resaltar, con base en el Plan de desarrollo turístico para la provincia de Coclé 2012:

1. Universalización de las exigencias de calidad, es decir, los turistas exigen la misma calidad en cualquier parte del mundo y en cualquier tipo de servicio. El reto para Coclé consiste en posicionarse como un destino turístico de calidad integral, basada no solo en el atractivo de sus recursos naturales y culturales, sino también en la forma y el estilo de trabajar y prestar los servicios turísticos.
2. Preferencia por los viajes de “Interés Especial”. Los turistas son cada vez más selectivos en el nivel de complejidad que están dispuestos a aceptar en un viaje. Prefieren viajes enfocados en un tema que permitan vivirlo con profundidad, a través de muchas actividades relacionadas con el tema o el interés especial motivo del viaje. La oportunidad para Coclé es clara: desarrollar una creciente gama de viajes de interés especial, relacionados con la naturaleza y la cultura.
3. Rechazo del estrés en el empleo del tiempo. Los turistas rechazan cada vez más los viajes estresantes que los obligan a hacer mucho, superficialmente, en muy poco tiempo. Prefieren tener experiencias diversas, interesantes, con contenido, auténticas, pero sin prisas. La propuesta para Coclé radica en desarrollar ofertas relajadas, que ofrezcan pocas cosas, pero interesantes y con profundidad.

## **CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE RESULTADOS: ORDEN IDENTITARIO Y LA EMERGENCIA DE LA SOCIEDAD TURÍSTICA**

La práctica del turismo como un fenómeno de masas se caracteriza por la creación de determinados emplazamientos turísticos, sobre todo en las áreas y comunidades rurales. A continuación se presentarán los resultados de la investigación, estructurados de la siguiente forma: una explicación de los conceptos campos, habitus y capital como variables utilizadas en el instrumento de recolección de datos; seguida del análisis de los temas de autodefinición étnica, herencia étnica cultural, lingüística identitaria, aspectos religiosos de la identidad, percepción comunitaria, grupos comunitarios, incidencia en turismo, sociedad receptora en turismo y no emisora, percepción en uniones de pareja.

Este trabajo permitió contrastar el marco conceptual previamente elaborado. Se aclara que se utilizó como estrategia metodológica de recolección de información una encuesta estructurada (para mayor detalle consultar el anexo

2), con los tópicos que se mencionaron con antelación. Esta encuesta fue aplicada a cincuenta informantes claves de la comunidad de Río Hato.

Entre los parámetros que se tomaron en cuenta para escoger a estas personas están: residencia en alguno de los nueve barrios que componen el corregimiento de Río Hato cabecera, la edad, sexo, nivel escolar, pertenencia a grupos o asociaciones comunitarias. Los siguientes párrafos contienen un análisis de los datos cualitativos y cuantitativos arrojados en la encuesta. Se presentará la información mediante gráficas de barra y pastel, así como los testimonios más sobresalientes a nivel cualitativo.

La nueva caracterización de la identidad para actores sociales pertenecientes a estratos medios profesionales asalariados, obreros y de escasos recursos económicos se articula en relación con su etnia, conciencia de su posición social, historia personal y comunitaria, entre otros rasgos formadores de su sentido de pertenencia a uno o varios grupos sociales, así como la significación emocional y valorativa que resulta de ello.

Esto se ve reflejado en los siguientes parámetros de comprobación que se organizaron sobre la escogencia de variables seleccionadas de la encuesta estructurada aplicada a informantes claves (anexo 2, donde se presenta la encuesta aplicada): a) autodefinición étnica, que revela la adscripción de su origen étnico; b) herencia étnica cultural, implica que el informante vaya dibujando por medio del discurso oral y escrito un recorrido por lo recibido de sus antepasados, lo cual será interpretado como parte del habitus, por sus acciones interiorizadas

por los mecanismos de socialización primaria y secundaria; c) lingüística identitaria, permitirá esbozar rasgos de mismidad y diferenciación en su forma de habla cotidiana y en un ambiente familiar; d) infraestructura y servicios públicos, analiza cómo los elementos materiales, la infraestructura y los servicios disponibles en la comunidad afectan la articulación de identidades; e) actividades económicas, se analiza el cambio de actividades primarias al sector servicios mediante el turismo y el impacto que dichos cambios tienen sobre la comunidad y sus pobladores; f) la educación escolar, analiza la historia educativa escolar de la comunidad y el papel que la educación de este tipo guarda en la configuración de la identidad; g) presencia militar, se presenta brevemente el impacto que la presencia militar en la comunidad a lo largo de su historia ha tenido sobre los locales; h) aspectos religiosos de la identidad, parten de las costumbres e inculcación de los antepasados en las nuevas generaciones; y, finalmente, i) condiciones y significados del orden identitario y la emergencia de la sociedad turística en relación con los problemas de abastecimiento de servicios de salud, transporte, agua.

En concreto, se escogieron y analizaron las respuestas correspondientes a cada uno de los aspectos descritos en párrafos anteriores.

### **5.1 Autodefinición étnica y herencia étnica cultural**

En el capítulo uno, se trabajó sobre el orden identitario y su relación con una sociedad que emerge en turismo receptor. Las reflexiones permitieron ir pensando en el fenómeno de una construcción identitaria sobre la base de la tríada campo, habitus y capital.

El orden identitario se define como la interiorización de prácticas culturales mediadas por el proceso de socialización, en donde los factores internos y externos juegan papeles primordiales en la consolidación de estos imaginarios para las personas, donde la etnia es un factor fundamental para la fijación de esa mismidad frente a la otredad. En este proceso de interiorización hay dos elementos importantes; por un lado, las familias juegan papeles fundamentales, pues por medio de ellas especialmente la figura materna, se hacen los pases necesarios para establecer una adscripción étnica particular; por el otro, la pigmentación de la piel, la cual tiene diversas connotaciones dependiendo siempre de las características típicas del lugareño, que en muchas ocasiones se debe más a una adaptación fisiológica del organismo humano por la cercanía a la costa y la intensidad del sol, así como por el clima tropical húmedo.

**Tabla 5. Categorías étnicas afrodescendientes**

<b>OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>	<b>Acumulado %</b>
<b>Moreno</b>	15	13.76	13.76
<b>Chombo Blanco</b>	2	1.83	15.6
<b>Mestizo</b>	50	45.87	61.47
<b>Mulato</b>	1	0.92	62.39
<b>No declarado</b>	24	22.02	84.4
<b>Trigueño</b>	11	10.09	94.5
<b>Criollo</b>	1	0.92	95.41
<b>Culisa</b>	1	0.92	96.33
<b>Afroamericano</b>	1	0.92	97.25
<b>Caucásico</b>	3	2.75	100
<b>Total</b>	109	100	100

Fuente: Contraloría General de la República.

Para conocer las adscripciones de orden identitario para Río Hato, se observa que mestizo se lleva la gran representatividad, lo que se constata con el

instrumento de investigación aplicado. La tabla muestra solo 109 casos porque es un dato micro-censal manejado por el Instituto Nacional de Estadísticas de la Contraloría General de la República de Panamá, sólo se aplica a personas del distrito de Antón porque son ellas las que se autodefinen de origen afrodescendientes, lo que implica un nivel de análisis y de formación inculcada e interiorizada que es el habitus. Puede que tengan familias de descendencia negra y así lo reconocen.

En este sentido tanto Torres de Araúz (1999) como Pizzurno (2010) explican que este auto-reconocimiento en Panamá implica un proceso de formación y maduración. Por ejemplo: la negritud la asocian con pobreza y delincuencia, lo aborígen como viciosos en cuanto a las bebidas alcohólicas y holgazán, lo cholo como interiorano y salvaje poco civilizado y finalmente lo blanco como un ciudadano en todo el sentido de la palabra. Se recuerda son percepciones cualitativas que son representativas para los actores sociales dependiendo de su grado de conciencia y formación, así como los procesos de socialización de los grupos a los que pertenezcan.

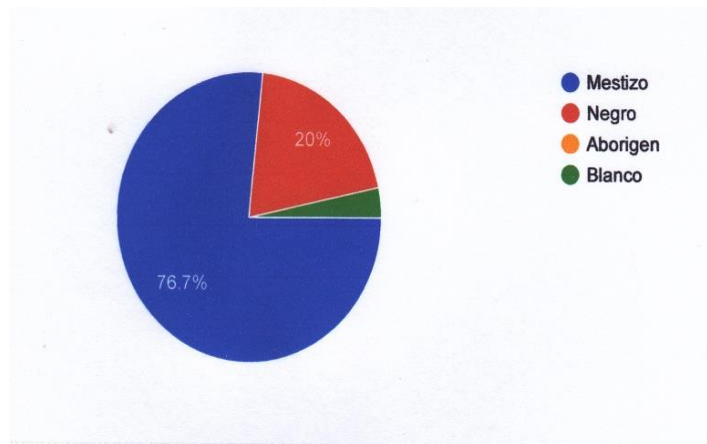
A continuación, se muestra mediante una gráfica de pastel la auto-adscripción identitaria de cada persona que fue informante clave: la tipología más sobresalientes fue mestizo, el 76.7% de las personas encuestadas de los barrios de la comunidad se autoreconocen como mestizos, lo que lleva a discernir que están conscientes de la mezcla ocurrida en la población panameña.

Este mestizaje se da en su combinación con la etnia negra y la indígena, más que con personas de origen anglosajón o europeo. Se reconoce, además,



que la mezcla es más con los denominados “cholos” o “cholas” que con otras etnias originarias del país es por ello que ningún informante se autoreconoce como aborígen a pesar que la mayor parte de quienes son panameños llevamos genes indígenas o aborígenes. Así el 20% se reconoce como negro y sólo el 3.3% como blanco.

**Gráfica 1. Descripción Étnica**



Fuente: Elaboración propia con base a encuesta aplicada octubre 2016.

En el poblado hay múltiples adscripciones según el color de la piel, como pueden ser negro, mulato, zambo, trigueño, moreno, chombo blanco, culiso, por lo que resulta mucho más fácil aglutinarse en una sola adscripción identitaria como es el mestizaje, pues es un término que se domina más y contiene menos estereotipos negativos que reconocerse como negro, que según el imaginario común está plagado de etiquetas no muy alentadoras. En cuanto a los comentarios cualitativos de atributos étnicos y físicos de las etnias, los testimonios más sobresalientes se han aglutinado en la siguiente tabla:

**Tabla 6. Autodefinición étnica por rasgos físicos y cultura.**

Atributos	Testimonios de informantes sobre las percepciones de identificación
<p><b>Autodefinición étnica por rasgos físicos</b></p>	<p>Tez de la piel morena, depende de la genética del mestizaje, altos, cabello ondulado, piel oscura, descendiente de las Antillas, el color de la piel es oscuro, mezcla de etnias, piel oscura somos una mezcla, de cabello duro, cara con rasgos suaves y ojos negros, altos, de cabello duro, en lo físico somos diferentes, cabello lacio, piel trigueña, estatura mediana, cabello rizado, buen trasero, color de piel, ojos altura.</p>
<p><b>Ámbitos culturales</b></p>	<p>Trabajadores, honestos, responsables, variedad de tradiciones, costumbres, no estamos determinados por un estilo propio, adquirimos varios modelos de cultura. "de las islas", el acordeón, la música, el canto, bailamos "marimbola" que hoy es el congo, se vivía a orillas de</p>

	la playa, los rалlos, los tulos, siempre con el ritmo, autenticidad, amigables, colaboradores, trabajadores, religiosos, muy festivos, apegados a nuestras costumbres, nos gusta andar bien vestidos, comer y dormir bien.
--	--

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de informantes claves.

Con relación a la auto-denominación étnica, en Río Hato se consideran mestizos, si bien el color de la piel sea oscuro. Se destaca que los atributos negativos asociados con el color de la piel son una herencia desde el siglo XIX para Panamá, pues son personas que se les estigmatiza con la delincuencia, tráfico y consumo de drogas, pobreza, etc.

La etnia es un factor diferenciador y creador de orden identitario para esta población, para estos actores sociales y como se describen “altos, [de] cabello ondulado, piel oscura, descendiente de las Antillas”, son atributos que ayudarían a consolidar una propuesta para el mercado de turismo pues ya se identifican con la etnia y tienen rasgos diferenciadores de los visitantes, por lo menos en el discurso. Es un valor agregado porque sus características forman parte de su habitus de su internalización como actores de este grupo social en particular. El integrar a la oferta de alojamientos sus fiestas tradicionales como patronales, festivales de toro guapo y mango, entre otros, pueden potenciar el inicio de

modelos relativos y sociales que están llamados a la sostenibilidad y a incluir a la localidad como parte de la oferta en turismo receptor.

Existe en el país ya una experiencia de origen negro de organización comunitaria, es la Fundación Bahía de Portobelo en la provincia de Colón. Tiene una estructura que permite la construcción de alternativas con productos turísticos para el bien de la población local, sostenibilidad y la salvaguarda de sus costumbres y tradiciones como factor que cohesiona su identidad y rescata su historia local.

Las fotos que se presentan a continuación (Figura # 4) son una muestra del vestido congo que es utilizado por grupos infantiles que aprenden los pasos y ritmos del toque de este baile de origen afro-colonial panameño. En la actualidad esta agrupación recibe el nombre de: “Orgullo de Río Hato Sur” lo que describe en su nombre la adscripción territorial y étnica, porque es en este sector donde se concentra la mayor cantidad de gente de color negro. Y también es denominado como el sector o barrio de Bique, lo que recuerda la población africana. Se observa también una segunda fotografía (Figura # 5) con la vestimenta típica de los rasgos folclóricos de la región de Azuero y el distintivo del sombrero pintado que es originario de Coclé, un tejido con fibras vegetales que se utiliza como atuendo de baile y de uso diario.

Cada una de estas manifestaciones de identidad descritas nos hablan de un habitus en particular que se internaliza por medio de los procesos de socialización para esta comunidad signada por la penetración de actividades turísticas.

Figura 4. Manifestaciones Étnicas en Río Hato 2016



Fuente: Foto de álbum familiar de integrante de Orgullo de Río Hato Sur.

Figura 5. Conjunto de proyecciones folclóricas Tierra Mía



Fuente: Cortesía de álbum de directora de conjunto.

Seguidamente, se presentan varias fotografías que ayudan a ilustrar el componente étnico para fortalecer un orden en la identidad frente a propuestas de

crecimiento turístico que sólo avalan la parte comercial y acumulativa del destino y mercado turístico, volviendo invisible y silenciando la parte cultural e historia local.

Con los relatos que se muestran a continuación se mantiene un orden identitario fundamentado en la etnia por: “*Color de la piel, tipo de cabello, tamaño de los ojos [y], altura*”. Se cita como referente extractos de la encuesta porque este es uno de los rasgos diferenciadores que los locales perciben frente al visitante pues los mismos son de piel blanca, ojos claros, altos. La fisonomía es un factor que influye y modifica la identidad en estos actores porque desde edades muy tempranas, la niñez, empieza a preguntarse por qué un visitante tiene el cabello suelto y rubio, mientras el local ondulado y negro. Aunque parezca un factor insignificante por el avance de las tecnologías en lo referente a imágenes y conectividad, aún las miradas se intercambian entre visitantes y locales. La maestra Liriola expresa: “*camino por la playa y una visitante me detiene para tocar mi piel y ver si no era pintura*” (L. Torrero, encuesta, octubre 2016).

Para el local esto constituye un rasgo diferenciador del otro, le permite tener su identificación y sentido de pertenencia. Así como: “*cabello apretado, piel negra, dentadura muy fuerte, ojos de color negro; nariz aplastada*” (R. Martínez, encuesta aplicada, octubre 2016). Rasgos físicos que igual los llevan a modificar su identidad, en especial las mujeres por el uso de relajantes en el cabello que le permiten tener un cabello más lacio y sin ondas característica del cholo o aborigen. Esto en cuanto a los grupos étnicos nacionales. Según Jaramillo con 50 años de residencia en el lugar expresa: “*somos cariñosos y muy alegre. Nos identifica el*

*color de la piel y las facciones físicas*” (O. Jaramillo, encuesta aplicada, octubre de 2016). Las expresiones físicas que señalan quienes son informantes claves aportan una descripción del origen étnico negro y mestizo de la población panameña porque se perciben como una persona diferente alegre, cariñosa, hospitalaria y su mayor atributo es el color de la piel o la etnia. Se arguye que esta expresión interiorizada es manifestación de un habitus que fija, da posición y dura en el tiempo para enraizar un orden identitario en la etnia la cual seguirá sus transformaciones físicas con raíces ancladas en la cultura aborígen y negra.

La foto que se muestra (figura 4) reafirma la estética de una joven informante clave que se alisa el cabello logrando con ello una modificación de identidad en el ámbito estético. Se puede apreciar en la imagen que el producto aplicado logra desvanecer las ondas y alisar el cabello de la joven. Motivo por el cual se sostiene una variante en la identidad para las nuevas generaciones femeninas que ya no usan sus trenas y peinados con diversos ganchos de colores para sujetar el cabello de hebra y raíz rebelde.

Las trenzas o moños representan un valor cultural para la etnia negra pues son asociadas a las diversas rutas por las cuales sus antepasados escaparían de la esclavitud en la época colonial. Las mismas definían la geografía o terreno al cual se enfrentarían en su búsqueda de libertad. Estas costumbres son más significativas en las personas mayores de origen negro que en las nuevas generaciones.

**Figura 6. Cabello de hebra dura**



Fuente: Informante clave residente el Bique-Río Hato 2016.

Por lo general las personas de etnia negra la hebra de su cuero cabelludo recibe las siguientes denominaciones: “cuscú”, “tócame la puerta”, “comején”, “pimienta”, todos estos nombres atribuidos al cabello de hebra dura que se alisan para lograr el control de la hebra y así tenerlo más suelto y lacio. Seguidamente se presenta la forma particular de vestimenta de los hombres con sus camisetas bordadas de diversas tonalidades y el simbolismo del collar en forma de ancla, presuntamente vinculado con las actividades de la pesca artesanal.



**Figura 7. Uso de camisetas en el varón de Río Hato.**



Fuente: Informante clave, octubre de 2016.

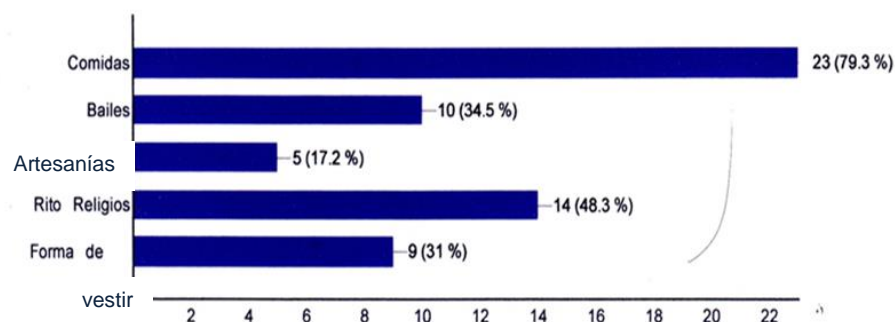
Con la llegada del turismo se puede resaltar la interacción con la otredad (turista, visitante) el sentido de pertenencia se mantiene, sin dejar de observar que se asimilan ciertas prácticas de los visitantes como se aprecia en las manifestaciones festivas por la variedad de géneros musicales escuchados, por el contacto con la tecnología, las corrientes de la moda y por el mundo globalizado en el cual se está inmerso.

En cuanto al grupo etario tanto la niñez, la juventud y los adultos logran mantener una cohesión fundada en la etnia. La práctica turística, en algunas ocasiones y escenarios ha contribuido a fortalecer lo autóctono; sin embargo, los procesos de aculturación son fuertes y se produce una transición, las costumbres y tradiciones del poblado las practican más los niños y los adultos que los jóvenes.

En relación con la práctica de tradiciones y costumbres heredadas de quienes fueron sus antepasados, las respuestas se inclinaron hacia la comida,

muy tradicional del grupo negro con el uso, por ejemplo, del coco y el pescado. Lo que lleva a pensar que aunque se expresen como mestizos le dan un gran valor a la gastronomía de origen negroide con un 79.3 % de las respuestas, sobre todo por sus materias primas y de fácil adquisición, por ser productos que se consiguen en la región, y aunque en la actualidad su producción ha mermado aún se conserva en el imaginario social su uso como una manifestación identitaria que, de una u otra forma, deja huellas y delimita un aspecto de su habitus de su estilo de vida, de sus formas de vivir, de lo que los identifica como integrantes de ese lugar de la provincia y, además, es un elemento generador de acciones y comportamientos sociales dentro de su grupo. A continuación, se presentan los resultados:

**Gráfica 2. Respuestas a manifestación cultural**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de resultados de encuesta aplicada octubre 2016

Fue de mucha ayuda empírica-teórica la categoría habitus, porque permitió a entender estas particularidades de la micro-sociología, aprendidas mediante el proceso de socialización. Por ello se interpreta que ese principio generador de

acciones lo aprendemos por medio de nuestros sentidos y de nuestras percepciones que llevan a razonamientos lógicos sobre los lugares donde estamos asentados. Por tal motivo, fue necesario preguntar sobre la forma de vestir, hablar, comer, entre otras. Todas estas manifestaciones que se dan en el entorno, forman una manera particular que identifica al lugareño y le dan características particulares. Es bueno tener presente que también se pueden encontrar sus excepciones. Con ello se deja en claro que siempre hay apertura a la heterogeneidad.

La herencia étnica cultural como variable dependiente del orden identitario permitió identificar esos rasgos distintivos como la gastronomía, forma de vestir y prácticas religiosas. Se recuerda que el orden identitario se definió como la interiorización de prácticas socio-culturales, mediadas por el proceso de socialización, donde los factores internos y externos juegan un papel primordial en la consolidación de imaginarios para las personas. Aquí, la etnia representa un factor fundamental para la fijación de la mismidad frente a la otredad, por ello se definen acciones del habitus reflejadas en la herencia étnica cultural y la lingüística identitaria entre las prácticas gastronómicas se destacó: un plato de “arroz con coco y pescado frito”, en el habla cotidiana frases como: “que so pa”, “que paso loco”, “brother” (palabra de origen inglés o anglicismo como es la característica de habla popular panameña por su contacto con la cultura norteamericana) La categoría de campo se ve reflejada en el sector en su barrio, territorio donde se han congregado la mayor parte de las personas de origen étnico negro y donde el baile “congo” es practicado aún por las nuevas generaciones, vale la pena

reconocer que no se practica el toque del tambor antonero, aunque se es parte del mismo distrito.

En relación con el capital se resalta que es el sector donde se concentra la mayor parte de las familias de pescadores del área, y que dicha actividad le sirvió como plataforma para la formación de sus nuevas generaciones en otras profesiones.

## **5.2 Lingüística identitaria**

Utilizar la herencia étnica cultural arroja rasgos de orden identitario característicos de algunos sectores de Río Hato, principalmente de Bique, Marañón, Loma Bonita y La Loma. El 75% de las personas encuestadas respondieron que sí hay una forma particular de hablar de los que habitan estos sectores. El Sr. Navas, con 38 años de residencia en la comunidad, lo describe como un *“tumbado, golpeado, se comen las palabras, hay un acento especial”* (J. Navas, encuesta aplicada, octubre de 2016).

En cuanto a la forma de identificarse a nivel cultural, la señora Susana utilizó expresiones, como: *“los mestizos tenemos la sazón”*, *“tenemos dichos como calienta sol que es negro es fresco”* (S. Caballero, encuesta aplicada, octubre 2016). Estas manifestaciones son una descripción de identidad que los pobladores aprecian y valoran como parte de su ser y su forma de comportarse. Destacó también la solidaridad al acompañar a las familias del poblado cuando fallece un familiar con la siguiente frase: *“hay que ganar el pión”*, es decir, si acompaño a la

determinada familia en este momento de dolor, seguramente algún miembro de ella me devolverá el gesto cuando pase por el mismo acontecimiento.

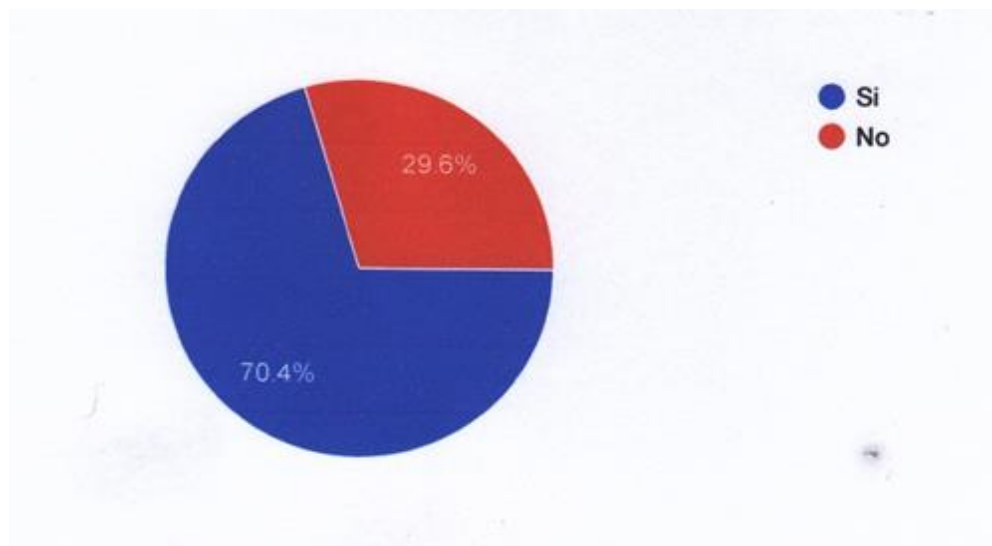
Otras expresiones que se consideran como forjadoras de identidad y sentido de pertenencia son: *“quien no tiene de Minga tiene de Mandinga”* un refrán expresado por la Sra. Mirna Bethancuort que plasma desde un dicho popular la negritud que hay en cada lugareño. Para el visitante esta forma de expresión popular es un mensaje que habla de su mismidad. Por lo general, como ya se ha expresado con anterioridad, la aceptación de la negritud es un proceso que implica un reconocimiento de quién se es y hacia dónde se va. Otras expresiones del ser panameño en general se recogen en frases como: *“La debilidad del mestizo es el blanco”* [refrán alterado, lo popular es “carne blanca debilidad del negro”].

Expresa el Sr. Rangel: *“Usamos muchos trabalenguas [...] como poco coco, como poco coco pelo”, “el que mucho abarca poco aprieta”* (D. Rangel, encuesta aplicada, octubre de 2016) estas expresiones muy arraigadas a las palmeras y la producción de palmeras de coco características de la costa van dibujando esa identidad que en muchas ocasiones se ha modificado por los nuevos patrones de nutrición y la oferta del aceite vegetal para la preparación de las comidas. Dato que se resalta porque cuando el turista tiene la oportunidad de salir de los hospedajes todo incluido busca una experiencia diferente, de vivencia. Entre otras frases aportadas por la Sra. Jaramillo se encuentra: *“Ha jurado el espejo no hacer lo blanco negro”* (O. Jaramillo, encuesta aplicada, octubre de 2016).

Entre las expresiones de enseñanza en la escuela, la Sra. Gladys Rosero expresó la importancia de la poesía *“Incidente de cumbia”*, que recoge una

diferencia en una cantina y donde el relato es atribuido a la disputa del amor de una mujer de etnia negra. Con todos estos elementos el local ha modelado su identidad anclada a su etnia y que sufre las modificaciones por su interacción con diversas culturas foráneas a partir de las décadas del 40 al 60 representado por la milicia y en la actualidad por los turistas.

**Gráfica 3. Herencia Étnica Cultural Lingüística**



Fuente: Elaboración propia. Encuesta aplicada en octubre de 2016

El término “culisa” es un panameñismo que expresa ese mestizaje del cual esta población es parte, y aunque esta amalgama de etnias es diversa, se logra la cohesión que le ha permitido a la localidad su convivencia pacífica y aceptación de la diferencia. Lo “culiso” es asociado ya como una modificación de la identidad en cuanto a atributo físico y lo valoran como algo positivo que incluso pueden lograr cierta movilidad social mediante el matrimonio y uniones libres. Proceso que se dio de forma muy común durante la presencia de la base militar

norteamericana, en especial con militares de origen puertorriqueño y norteamericanos en algunas ocasiones.

Otro distintivo de orden identitario son las expresiones artísticas y culturales que se dan por medio de una poesía para el poblado y un himno. A continuación, se presentan los mismos:

***Himno a Río Hato autora (Esilda Rangel s/f)***

Río Hato pueblo querido  
Tierra del alma  
Tierra de amor  
Río Hato somos tus hijos  
Que hoy te cantamos con fervor



Tus playas por sus encantos  
Son de turistas la admiración  
Por eso te veneramos  
Y te brindamos el corazón.



Coro  
Arriba ríohateño  
A trabajar, a trabajar contentos  
Arriba ríohateño  
A luchar, a luchar con amor.



Unidos como uno  
Y veremos, veremos el triunfo  
Y un día no lejano  
Serás orgullo de la nación  
Y un día no lejano  
Serás orgullo de la nación.

En el ámbito poético también se ha destacado el lugareño Eugenio Bethancourth Echeverría con la siguiente poesía:

A mi pueblo  
A mi pueblo  
Dormido en la augusta llanura  
Cerca de un hermoso río  
Toda flor, toda aventura  
Se levanta el pueblo mío.



Sobre sus calles desnudas  
Los bríos de cordillera  
Y desde sierra y altura  
Se ve el mar que reverbera  
Río Hato es su nombre conocido.



Sus playas son de nácar y de espumas  
Cuando las aves vuelen a sus nidos  
Cae sobre sus llanos clara luna.



Al son de un lamento interiorano  
Se mece el manglar, la dulce caña.  
El ciervo llega, va peinando el llano  
Y se viste de azul nuestra montaña.



Bajo la tarde gris vuelve el obrero  
Luego del duro bregar allá en su roza;  
Sucio el vestido, mojado el sombrero a  
Guarecerse en su humilde choza.



¡Mirad el cielo al desayunar la tarde!  
Bellos celajes de oro y escarlatas  
Bañan los ranchos en su triste alarde  
De olvidar la miseria que los mata.



Y al regazo del humilde hogar a pesar  
De los males tan prolijos, la dulce  
Madre se pone a cantar mientras en  
La hamaca duerme al hijo.

Sin embargo, son muy pocos los locales que conocen estas expresiones artísticas y culturales del orden identitario de la comunidad. Es un ejemplo de la manifestación del nivel educativo y culto que, de una u otra forma, mantiene el sentido de pertenencia de identidad para la localidad. Es una expresión que posee la comunidad para ofrecer este legado como un atractivo cultural para visitantes nacionales y extranjeros. Cabe destacar que cuando se escribe la poesía en la



década de los 60, la comunidad era un caserío rural y con escasez económica para sus pobladores.

En el poblado es común encontrar apellidos de lugareños como Brafíel, Galater, Pent, Samuel, Smith, Watson, Cober, entre otros. Incluso es importante destacar que estas familias se ubican en los barrios más céntricos como: Río Hato centro y Marañón. Un elemento a destacar es que la mayor parte de esta población no pertenece a grupos económicos privilegiados, así es que el factor capital en términos económicos les ha permitido afianzar esos lazos de unidad hasta el punto de lograr unión matrimonial entre familias. Aunque vivan en diversos sectores u otras comunidades se sienten e identifican con el mismo grupo. El 60% de los encuestados admiten que entre locales se ayudan, lo que lleva a fomentar los lazos de solidaridad entre quienes habitan en la comunidad.

### **5.3 Infraestructura y servicios públicos**

Las particularidades en cambios de infraestructura rural a urbana modifican los comportamientos cotidianos de quienes habitan en la comunidad, que es un corregimiento que cuenta con servicios básicos a nivel público y privado. La infraestructura y los servicios con que cuenta la comunidad, permiten a sus habitantes la realización de ciertas actividades y adopción de conductas determinadas, por lo que su análisis es importante para la comprensión de la identidad.

**Figura 8. Centro comercial y entrada del pueblo objeto de estudio**



Fuente: foto tomada por la autora.

El valor que atribuyen los informantes claves a las transformaciones materiales que ha sufrido la comunidad es de suma importancia porque permite entender no sólo cómo a nivel de infraestructura y servicios la identidad se ha modificado, sino la percepción que de estos cambios tienen sus pobladores. Iveth Navas con 25 años de residencia en la comunidad expresa lo siguiente: *“Un pueblo que tiene muchas oportunidades de desarrollo en varios ámbitos la perla del Pacífico”*. (I. Navas, encuesta aplicada, octubre de 2016). Según una interpretación esta mujer mantiene grandes expectativas en relación con la percepción de avance del poblado. Las fotos que se presentan a continuación son una muestra de los servicios e instituciones públicas del lugar. Cuando la informante comenta de “muchas oportunidades” se refiere a la facilidad de servicios que presenta la comunidad no sólo para el local sino también para el visitante.

Figura 9. Estación de combustible en la década de los 40



Fuente: Tesis Bethancour y Natis 1964.

En esta foto se aprecia el servicio de abastecimiento de gasolina y con dispensadoras muy norteamericanas como muestra de la infraestructura que dejó la presencia militar de esta potencia en el territorio nacional. Aunque el poblado está situado en zona interiorana, ya se va estableciendo un rasgo de identificación por lo menos en su ámbito de servicios y que era parada obligada de visitantes por la oferta del servicio existente. Para una comunidad rural que en la década del 40 ya contara con un servicio de abastecer de combustible y la mayor parte de las casas sin servicio de luz eléctrica y casas de barro tiene un amplio significado en

la formación de la identidad para la comunidad. También abre la puerta a las personas que por circunstancias de trabajo se establecen en el pueblo, pero no para siempre sino sólo por una temporada, hecho que obliga al local a ver lo efímero y el no arraigo al territorio. El habitante de esta población se acostumbró a la circunstancia, al paso, a no echar raíces.

**Figura 10. Sede de la estación de policía, es muestra de la planificación en cuanto a la seguridad de pobladores y residentes de fines de semana.**



**Fuente: Tesis Bethancour y Natis 1964.**

El contar con servicios de telégrafos y corregiduría (unidad municipal para resolver los conflictos vecinales, hoy juzgados de paz) han permitido la recepción de comunicaciones a nivel nacional e internacional, así como el servicio de envío y recibo de dinero ejerciendo la función de banco y cajeros automáticos. Cabe



resaltar, sin embargo, que si bien hay varios servicios públicos la presencia de un banco privado o estatal es una añoranza de los locales.

**Figura 11. Correos, telégrafos y corregiduría.**



Fuente: Tesis Bethancour y Natis.

En este sentido el médico Jaime con 35 años de residencia en el pueblo comenta en cuanto a su percepción del poblado: *positiva, pueblo de gente buena, pero los demás no lo perciben. Es por ello que la comunidad, autoridades y empresarios deben unirse, con el fin de despertar y empezar a reforzar la cultura de servicio, realzando los valores para contribuir con una comunidad sana y organizada que pueda emprender pequeños negocios familiares que generen beneficios a corto plazo.* (J. Chang, encuesta aplicada, octubre 2016).

Seguidamente se presentan algunas fotos con las nuevas infraestructuras y servicios que han llegado al pueblo por el auge del turismo de enclave receptor.

**Figura 12. Servicio de Arrendadora de Autos. Negocio establecido en 2015.**



Fuente: foto tomada por la autora.

Contar con este tipo de facilidades a nivel del local y turista abre las oportunidades para que haya una interacción más cercana con ambos actores sociales. Siguiendo con esta línea algunos de los comentarios son: *“están creciendo económicamente, en lo que respecta a la población, [hay] oportunidades y mucha esperanza a seguir adelante como un destino turístico, por sus costas, líneas de hoteles mucho desarrollo económico y social”*. (J. Chang, encuesta aplicada, octubre 2016). Para el informante su percepción comunitaria es positiva y lo lleva al vínculo entre la economía y la llegada de las actividades turísticas. Al

llegar este tipo de negocios al área han permitido que se dinamice aún más el poblado, es decir, que no sólo la bonaza turística se quede o registre en el área de la costa dejando sin impacto a las poblaciones cercanas.

Las plazas comerciales son otra forma de expresión de los cambios y modificaciones en la identidad de la localidad, han fortalecido un modelo urbanístico “gris” dentro de un corregimiento con muchas necesidades a nivel de salubridad, recolección de desechos sólidos y lugares de recreación para la niñez que se puedan utilizar tanto en temporada seca como lluviosa.

**Figura 13. Plaza comercial Farallones.**



Fuente: foto tomada por la autora.

Los servicios como la estación de bomba de gasolina, lavandería, tiendas, etc. son importantes porque forman parte del campo y capital de la localidad; el campo entendido como estructura de identificación de las redes de relaciones objetivas entre posiciones, por ejemplo, cada infraestructura hotelera e inmobiliaria es parte de la red, como edificio que funciona a partir de las relaciones

establecidas por los mandos superiores o gerenciales, los mandos medios o supervisores y los mandos operativos o colaboradores. La categoría de capital, por otro lado, objetiva la economía, cultura, ciencia, educación y manifestación artística, componentes indispensables de la vida social y sus interacciones.

Algunas de las infraestructuras básicas actuales más importantes en la actualidad son el aeropuerto y las vías de acceso. El primero surge con la habilitación de las antiguas estructuras de la pista de aterrizaje en la época de 1940, se construyó la torre de control, centro de abastecimiento de combustible y el edificio de aduanas y migración para la zona central del país. Esto representa un desafío para incrementar los servicios y plazas de empleo que se podrían generar en estas terminales aéreas. Cabe destacar que dicha construcción está dentro de una zona boscosa denominada Bosque Siglo XXI. En cuanto a las autopistas, la carretera Panamericana tiene un nivel de mantenimiento adecuado, siendo una vía muy utilizada por el tránsito turístico. Esta vía carece de señalizaciones adecuadas sobre destinos, distancias y servicios turísticos.

Para continuar con los comentarios aportados por informantes al trabajo se destacan: *“ha cambiado con los proyectos de inversiones que han generado empleos a los pobladores y así evitar que entren malas actividades. Es una comunidad productiva que ha tenido muchos cambios en su imagen, patrones de conducta de su gente por la diversidad de culturas que trae el turismo”*. (S. García, encuesta aplicada, octubre 2016) La idea que se ha establecido en los últimos años es una transformación de lo rural y actividades económicas ligadas al sector primario, hacia actividades relacionadas con el sector servicios. Se diluye la idea



de que es una región sólo dedicada a la pesca artesanal, ganadería y agricultura de subsistencia; lo que, por una parte, lleva a prender las alarmas, pues si se abandonan los campos de cultivo y demás actividades relacionadas con el sector primario los destinos tienen a perder competitividad.

En cuanto a la percepción negativa los testimonios más sobresalientes giran en torno a lo siguiente: *“no tenemos una buena imagen, pero consideramos que el concepto está cambiando por los comentarios escuchados cuando viajo”* (L. Herrera, encuesta aplicada, octubre 2016). El testimonial destacado, gira en torno a la seguridad ciudadana y la constante presencia de cantinas a lo largo de la vía panamericana. La sra. Guardia expresa: *“Da la impresión que hay sólo lugares de perdición pues están a la orilla de la calle Mala, mucha delincuencia, comunidad insegura, mucha basura, no hay aseo en los patios”* (K. Guardia, encuesta aplicada, octubre 2016).

Una de las observaciones en percepción negativa la realizan en el ámbito de seguridad, que es una constante que se repite a nivel de todo el país, sobre todo en concentraciones semi-urbanas y donde hay inversión económica.

#### **5.4 Actividades económicas**

Entre las actividades económicas desarrolladas se puede identificar la pesca artesanal, aunque se haya practicado desde los orígenes de la comunidad en la actualidad a sufrido un aplazamiento o suspensión por las condiciones de la nueva actividad económica del turismo y también por escases de los productos del mar. Se arguye que la pesca artesanal es uno de los elementos esenciales del

devenir económico de Río Hato, que le ha permitido su crecimiento e intercambio económico con otras áreas del país y en la actualidad como destino de sol y playa.

**Figura 14. Playa Farallón, pesca artesanal.**



Fuente: Tesis Bethancor y Natis 1960.

La identidad se modifica por medio de un campo, habitus y capital presente en la actividad turística acumulativa, la evidencia fotográfica de los años 1960, muestra con claridad una de las actividades comerciales más importantes realizadas por los residentes de esta comunidad, la pesca artesanal, también ya en la época la infraestructura y organización empresarial colectiva de la cooperativa o sistema de organización empresarial para lograr mejorar las ventas y comercialización de los productos del mar (figura 17). Actualmente se mantienen aún los terrenos de esta cooperativa como un baluarte para la comunidad. Es el único lugar de acceso al mar que es manejado por residentes, aunque la calidad del servicio es muy baja, la mayor parte de los que acceden a la playa lo realizan por este sector.

Lo que lleva según una opinión personal al fortalecimiento de la identidad costera del sector con base a su historia local y participación de los actores sociales en las juntas locales como medio para ser escuchados y no silenciados por una práctica turística de enclave que silencia y por ende debilita la identidad y sentido de pertenencia local. Reconstruyendo el mismo con una base frente a un modelo de turismo de sol y playa, sin actividad pesquera artesanal porque con ella pierde competitividad el destino. Vale la pena resaltar que en la época de los 60, se contaban con hospedajes para turistas ambas actividades se realizaban con una presunta normalidad.

Se podría decir, que se aplicaba un modelo de turismo social, no en el sentido de pequeños negocios familiares o comunales, sino más bien negocios que se concentraban en un trueque como mecanismo de cambio, por mano de obra para la pesca en temporada seca.

Los locales dueños de equipo de pesca y lanchas construían ranchos de pesca temporales para alojarse y alojar a las personas que los ayudaban con las actividades de la pesca, confección y reparación manual de redes, fenómeno de expresión del habitus que va determinado una identidad de hombre de mar ligado a las particularidad de la actividad en estacionalidad y la no seguridad, pues no existe certeza sobre si se tendrá buena pesca o no. Dicha actividad se desarrolla a lo largo de tres décadas seguidas hasta la llegada de la intervención norteamericana a suelo panameño en 1989. Este hito es importante porque en la década del 90 ya desmantelado el Ejército panameño, ocurre un cambio y

modificación en la estructura económica que de una u otra manera impacta la identidad de la localidad.

Esta ocupación duradera de actividad pesquera a inicios del año 2000, es alterada y modificada por un habitus totalmente diferente al que se ha conocido con anterioridad. En este caso representado por la inversión en infraestructura hotelera. En sus inicios ambas actividades se desarrollaron y se realizaron con armonía hasta finalizar los periodos de construcción de los complejos turísticos.

Sin embargo, cuando el gobierno nacional de la época estableció en dichas costas lo que se denominó zona de turismo 4 de Farallón, la actividad de la pesca empieza su disminución y se reglamenta el uso de redes de protección para bañistas hospedados en los hoteles y los juegos de atracción motorizados dentro de mar.

**Figura15. Cooperativa de pescadores, comunidad de Farallón.**



Fuente: Bethancourth y Natis 1964.

Tal escenario da cabida a una modificación de la identidad, ya que se debe interiorizar otro estilo de vida. Aparece por primera vez en este contexto, el actor social con uso del tiempo libre para ocio y disfrute de atractivos naturales como el sol y la arena del mar. Con claro interés de consumir productos de la pesca, pero también del valor estético y recreativo de la zona. En esta línea de ideas es que se modifica la identidad del pescador, del local, del hombre del mar. Y curiosamente ahora es aprovechada como buzo, guía para paseos en el mar y al islote o formación rocosa farallón.

Actualmente hay disposición empresarial para colaborar con artesanos y productores de café, llevando a cabo actividades conjuntas como la venta de artesanías en los establecimientos o la comercialización del café y otros productos agrícolas de producción local. Es conveniente la formación de Redes de Proveeduría locales, que incluyan a diversos actores (agricultores, ganaderos, fabricantes de lácteos y pescadores, por ejemplo) para que surtan localmente a los establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas.

Sin embargo, una de las realidades es que en muchas ocasiones los pequeños productores no pueden soportar el sistema de trabajo y paga de las empresas de hoteles, pues ellos necesitan de liquidez inmediata para poder sostener sus actividades comerciales y cotidianas.

Es imperante que el nuevo orden identitario supere las fronteras del campo laboral turístico que dirigen las cadenas hoteleras, ya que en su imaginario hay un fuerte componente de que los locales son holgazanes, ladrones, juega vivos, irresponsables y fiesteros. Todos estos estigmas negativos los llevan a no

contratar la mano de obra local y mucho menos a incentivar negocios o experiencias locales inclusivas que permitan un empoderamiento con base en la derrama turística que ha llegado a la región.

Se puede decir que la tendencia aún es la invisibilidad del agente local, porque no cuenta con los recursos ni actitud, para la prestación de servicios a la industria turística. Aún se mantienen esta estigmatización en el imaginario colectivo de muchos empresarios que llegan a la región al establecimiento de sus negocios turísticos. De los diez corregimientos del distrito de Antón solo dos son los más impactados por los modelos del turismo de enclave, ellos son: El Valle y Río Hato. Los demás se dedican a actividades agrícolas, ganaderas, artesanales y pesca.

Es imperioso el nivel de conciencia que puedan desarrollar autoridades locales y empresarios en busca de una sostenibilidad del turismo para que dicha acción reafirme los lazos de pertenencia y satisfacción de vida comunitaria. Sin embargo, se es consciente de que este proceso es lento y con mucho camino por recorrer.

Para la población de Río Hato, el turismo ha representado avances en algunos sectores de la vida cotidiana de quienes habitan la región, aunque no dejan de hacer énfasis en que la mayor parte de la población contratada en estas empresas es flotante y circunstancial, lo que impide y debilita la identidad local, debido a que no echan raíces en la comunidad, que es asechada por un sinnúmero de problemas, por ejemplo en cuanto al ámbito institucional familiar, por la

disfuncionalidad de hogares liderados en su mayoría por figuras femeninas de la primera generación, es decir, abuelas responsables de la niñez y juventud.

Los lugares de recreación para adultos como cantinas, compra de juegos de azar, peleas de gallo, centros de bailes, son alternativas que se desarrollan en los hogares, sobre todo en cuatro sectores primordiales de la comunidad a saber Río Hato Sur o Bique, La Loma Bonita, La Loma y La Frontera. Además, en estos cuatro sectores, la mayoría de niños y jóvenes tienen como segundo lugar de socialización la escuela, donde llegan con todas las problemáticas de no seguimiento a sus estudios, pocas expectativas en autoconocimiento propio y de valores de convivencia social que les permitirán un arraigo a sus costumbres y tradiciones. Con ello no se quiere demeritar el carácter festivo del local, sino más bien empoderarlo y que sea utilizado en beneficio de su avance en la movilidad social ascendente.

Para quienes habitan la región, por su cercanía con las costas donde se ubican los hoteles se ha hecho de un nicho empresarial de rentas de cuartos y casas para trabajadores nacionales y extranjeros, situación que les ha permitido mejorar su estatus económico. El corregimiento de Río Hato, por varias décadas, ha sido centro de crecimiento laboral desde la instalación de las bases militares, la extracción de recursos minerales como la arena de playa, la explotación de la pesca artesanal y comercial, y hoy día la industria de la hospitalidad.

La transformación económica sufrida por la comunidad en la primera década del siglo, aunque no es un proceso nuevo para ella, sí representa una nueva oportunidad para empoderar a sus habitantes en el desarrollo de

mecanismos y estrategias que le permitan fortalecer su identidad. Representa una oportunidad para un mestizo que debe apoderarse de su destino, acciones, historia, tradiciones, costumbres, estilos de vida cotidiana, gastronomía y enfrentarse a la otredad con la mayor seguridad y confianza en sí mismo para lograr mejorar su calidad de vida. Las economías de servicio tienen la particularidad que si no se diversifican caen pronto en un estancamiento y más en el sector turismo, por las particularidades del producto, en muchas ocasiones depende de la percepción del ser humano y sus estados anímicos.

### **5.5 Infraestructura escolar y la educación.**

A continuación, se presenta uno de los mecanismos de socialización más influyentes en la esfera social: la escuela como institución social; es por tal motivo que se presentan varias fotografías que describen algunos momentos y actividades que se realizaron en la década de los años 60 con el fin de ir dibujando el escenario de antes de la llegada del turismo de masas y cadenas todo incluido a las costas de la localidad y un después del arribo de esta actividad económica.

La escuela primaria en la comunidad, objeto de estudio, data en infraestructura física en un sitio determinado desde 1940, lo que es manifestación de una cultura educativa en el poblado. La generación de educadores, la mayoría residentes en Río Hato, son los encargados de enraizar las manifestaciones culturales en el pueblo, a través de las diversas actividades organizadas con los estudiantes y las proyectadas hacia la comunidad.

La celebración de las fiestas patrias con desfiles en las principales calles y avenidas de la localidad, permiten evidenciar ya la formación de un habitus, en



sentido de práctica impulsadora o motivadora, para realizar estas actividades que contarán con la participación de actores sociales tanto dentro del recinto escolar como los padres de familia, lo que hoy día se conoce como comunidad educativa.

La evidencia fotográfica deja certeza de esta racionalidad colectiva que pasa dentro del grupo social y que, para efectos del trabajo, contribuyen a formar un orden identitario característico y unido a la historia local.

En esta oportunidad, ya se muestra una disciplina en la forma de vestir para hombres y mujeres dedicados a las labores educativas, lo que marca una división entre el trabajo manual y el intelectual. Se resalta la disciplina del cuerpo docente en cuanto a su vestimenta lo que puede interpretarse como un mecanismo de socialización en cuanto a la forma de vestir en la institución educativa.

**Figura 16. Cuerpo docente, Centro Básico General Angelina M. Tirone.**



Fuente: Anuario Escolar de 1960.

Se recuerda que se comprende por habitus el resultado de la ocupación duradera de una posición dentro del mundo social. Es decir, desde 1941 cuando

se construye la infraestructura definitiva de la escuela primaria en la comunidad ya se establece una posición duradera dentro del mundo social, ya los docentes son percibidos con una actitud diferente a la del ciudadano común o local, es una persona que está llamada a transferir los conocimientos necesarios tanto personales como sociales para convivir en sociedad. Con ello se refiere a que se utiliza el segundo nivel de socialización que es la escuela, en ella el actor social es llamado a desarrollar las actitudes y habilidades necesarias para convivir en la comunidad.

Solamente con la forma de vestir se le está enviando un mensaje en la modificación de la identidad no sólo al local sino también al visitante y turista, con ello se deja en claro que una de las formas de fortalecimiento de la identidad o de un orden identitario lo ejercen los recintos educativos pues es allí donde existe todo un currículo que puede, en una coyuntura particular, servir de instrumento de fortalecimiento en la identidad no sólo a nivel local sino nacional. También para llegar a acceder a estas posiciones dentro del mundo social se debe cumplir un proceso, tener un grado académico, insertarse en el sistema educativo como profesional de la educación y todo esto conlleva una inversión de tiempo y trabajo.

Una característica sobresaliente es que la mayor parte de la generación que se aprecia en la foto son educadores que residen en la comunidad y ello les permitió en cierta forma lograr un sentido de pertenencia hasta el punto de crear un himno y poesías a la localidad. Escenario necesario para internalizar la identidad local. Por ejemplo: se propone entregar letra del himno a Río Hato para ser incluido en los actos cívicos (saludo a la bandera y canto del himno nacional)

para que la niñez y juventud de la comunidad de Río Hato se aprendan el mismo.

Acontinuación dos versos:

“Río Hato pueblo querido, tierra del alma, tierra de amor

Río Hato somos tus hijos que hoy te cantamos con fervor”

Esta estrofa permitiría presuntamente una internalización, pues desde el pre-escolar hasta la terminación de la primaria el alumnado y los docentes podrán ir desarrollando un sentido de pertenencia, es decir, existe así una identificación con el lugar, la localidad pasa a ser parte de los rasgos identitarios. Es importante señalar que el habitus produce prácticas no conscientes, es decir, están tan interiorizadas que las personas las ven como algo natural, que *debe ser así*, aunque en el análisis sociológico se consideren como limitadas por la posición y el momento social.

En la siguiente fotografía (figura 20) se aprecia toda la infraestructura física del recinto escolar, rodeada por una vegetación autóctona de la zona tropical-húmeda del pacífico panameño, se observan los tendidos eléctricos, que se interpreta que por lo menos la comunidad en su área central contaba con servicio de luz eléctrica el cual era muy escaso en aquella época. En la segunda imagen (figura 21) se evidencia una formación o desfile por las calles del poblado donde se aprecian a niños con los pies descalzos, lo que lleva a interpretar escases de recursos económicos.

Figura 17. Infraestructura de la escuela: Angelina M. Tirone,



Fuente: Tesis de Bethancour y Natis.

También correspondiente a la década del 60, donde se aprecia que aún no estaban pavimentadas las calles cercanas al centro educativo. Se conserva el lugar limpio y con muestras de la vegetación autóctona como palmeras y los tallos de “guineo chino o cuatro esquinas” Una muestra más de la identidad local hoy día. Todo el frente de la escuela tiene plantas ornamentales que se utilizan en los jardines y zonas verdes de los hoteles. Con ello se resalta que hasta en este ingenuo gesto hay rasgos de asimilación de identidad.

**Figura 18. Desfiles Patrios, años 60 un solo tambor es el acompañar de las marchas para esta población de estudiantes.**



Fuente: Bethancour y Natis 1964.

Las formaciones para los desfiles destacan un simbolismo para la identidad local, es una práctica que denota posición duradera dentro del mundo social. En muchas ocasiones y por las complejidades del avance en tecnología, condiciones económicas y movilidad social estos aspectos llegan a pasar inadvertidos por los análisis, sin embargo, es de utilidad para el trabajo porque complementa el dato micro-social para la comprensión de las dinámicas sociales. Dichas actividades logran cohesionar a las comunidades y fortalecer sus rasgos de identidad porque se reúnen en grupos para planificar las prácticas de las bandas de música, el coordinar las diversas tonadas que se tocarán durante el desfile, entre otras.

Aunque se sostiene que los mismos pueden modificarse por las diversas interacciones de los hábitos, campo y capitales. Incluso se dinamiza la economía local por la venta de mercancías para consumo de los que aprecian los desfiles y son fechas que agrupan a los sectores aledaños. En términos de turismo son actividades que pueden ejercer una corriente de visitantes locales a la comunidad, es decir, atractivos turísticos culturales de jerarquía local.

Figura 19. Desfiles patrios 1979, corregimiento de Río Hato, la ruta comprendía la carretera panamericana.



Fuente: Álbum de residente en la comunidad

Además, el simbolismo como banderas, escudos, uniformes, etc., va formando un orden identitario enraizado en la etnia de la localidad.



**Figura 20. Consolidación de orden identitario desde el proceso sociológico**



Fuente: Colección personal de estudiantes de escuela Angelina M Tirone-Río Hato.

Se arguye los centros escolares como los entes locales de promoción y divulgación de la historia local de las localidades desde la educación inicial en sus primeros años el discente está llamado al reconocimiento de su entorno, de su territorialidad. Sin embargo, para que exista un nivel requerido de acciones en historia local, los directivos y docentes deben pasar por un proceso de sensibilización porque en muchas ocasiones también prima en estas personas sólo el valor circunstancial y laboral que de sentido de pertenencia.

En cuanto a los niveles de instrucción se puede decir que en muchas ocasiones el pasar las tradiciones y costumbres es una labor más ejercida por la educación informal y familiar más que por la formal, con excepción de los niveles

básicos generales que aún mantienen algunas celebraciones típicas de las zonas rurales como: semana del campesino, conjuntos infantiles escolares de proyecciones folclóricas, etc.

El nivel educativo tiene fuertes influencias en la identidad ya que los patrones se modifican por el contacto con las nuevas enseñanzas e interpretación del mundo dado por las interacciones entre quienes asisten al sistema educativo y quienes imparten las instrucciones.

**Figura 21. Día de los Símbolos Patrios. Desfile en donde participan todos los centros educativos ubicados en el corregimiento.**



En la comunidad de Río Hato hay dos mujeres residentes que se dedican a conservar las tradiciones en la niñez. Una se dedica a la enseñanza del baile congo; la mayor parte de los integrantes de este grupo infantil corresponde a vecinos y familiares de la instructora lo que ayuda a fortalecer los lazos de identidad, solidaridad, cohesión del barrio, rasgos fundamentales para la construcción de los capitales sociales necesarios para que la comunidad pueda tener un nicho económico para su sustento, etc.



La otra moradora se dedica a la instrucción en el área de proyecciones folclóricas de origen de la Península de Azuero, con las particularidades del vestido femenino de Coclé. Esta señora es de padre de origen asiático lo que es una expresión de lo heterogéneo de la cultura panameña, sin la pérdida de raíces siempre y cuando exista un conocimiento y arraigo a la historia local como al sentido de pertenencia.

**Figura 22. Bachillerato en Turismo**



Fuente: foto tomada por la autora

Vale la pena resaltar que la implementación del bachiller en turismo, desde inicios del 2011, es una herramienta para indagar sobre los aspectos identidad de la región. Por ejemplo, la fecha de fundación de la comunidad, el origen del nombre de la comunidad, sus familias fundadoras, el papel de la pesca artesanal, la primera generación de pobladores profesionalizados que residen en la comunidad y que formaron las primeras asociaciones, así como su impacto en la

infraestructura, etc. Todas estas descripciones proporcionan herramientas para fortalecer los lazos de identidad de la comunidad frente a la fuerza arrolladora de las empresas turísticas con ánimos de imposición de sus esquemas foráneos para impulsar plusvalía y acumulación de capitales, en detrimento de los capitales comunitarios, su identidad y autopercepción.

### **5.6 Presencia militar**

Seguidamente se presentan varias fotografías que dan fe de la presencia militar norteamericana en el área de la costa cuyo impacto dejó su huella en la identidad del local. El contacto con la cultura militar desde 1945, con las Bases militares norteamericanas y luego el traspaso a las panameñas fomentaron las características de un orden identitario basado en el disfrute, la actitud de “poco importa”, vicios y otros legados que algunas autorías han denominado las “industrias del pecado”.

Se hace hincapié en este fenómeno simplemente porque los destinos turísticos caribeños Pantojas (2014) y en Centroamérica Cañada (2013) se nutren de una actividad al margen de la legalidad como la prostitución, consumo de drogas legales y no legales, entre otras. Presuntamente se está volviendo a repetir la historia local de desenfreno, placer y diversión que forjó una identidad no tan positiva en esa época Bethancour y Natis (1964). Sin embargo, también abrió el abanico para que muchas de las siguientes generaciones se formaran y profesionalizaran hasta llegar a la comunidad de hoy. La imagen de las oficinas de la instalación militar del año 1965 se aprecia edificios administrativos y barracas correspondientes a este engranaje del Ejército Norteamericano instalado en esta

área del país. Cabe señalar que para la Operación “Causa Justa” que lideró este ejército, contra Panamá fue una de las instalaciones las cual sufrió bombardeos constantes por parte de la maquinaria militar. Lo que llevó a la pérdida de varios miembros de integrantes de familias de Río Hato.

Figura 23. Instalaciones de la base militar norteamericana, Río Hato 1965.



Fuente: Tesis Bethancour y Natis 1964

**Figura 24. Avión militar de carga en Río Hato, año 1945.**



**Fuente: Álbum aeropuerto Scarlett Martínez en Río Hato.**

### **5.7 Aspectos Religiosos de la identidad.**

Las consideraciones en este indicador revelaron un alto grado de expresión espiritual existente en el poblado, es decir, su proceso de pertenencia está enlazado a una determinada práctica religiosa.

El ámbito de la espiritualidad juega un papel primordial para su identidad. Entre la advocación de las figuras religiosas destaca la Virgen del Carmen, de la que destacan algunos comentarios: *“Madre de las mujeres embarazadas, la patrona de los pescadores y marineros, protección para los pescadores. Imagen de la madre de Dios en la advocación del Carmelo, origen de los carmelitas con su escapulario que protege cuando se está en las aguas del mar”* (L. Tam,

encuesta aplicada, octubre 2016) cada una de estas expresiones son indicativo de su relación con la actividad artesanal de la pesca como originaria en la región antes de la llegada del turismo masivo, de resort todo incluido o como se le ha denominado al turismo de enclave por mantener su población cautiva y por el tipo de producto turístico con el que fueron creados.

La festividad de la Virgen del Carmen es practicada en Río Hato cabera el 16 de julio, y para el pueblo costero Farallón -parte de Río Hato- el 1 de diciembre de cada año. Dato importante para el orden identitario, porque es una manifestación de los acuerdos a que llegan los poblados para desarrollar y fortalecer sus rasgos de mismidad y así presentarlos como un posible producto turístico que puede ser ofrecido para dinamizar las economías locales. Para el mes de diciembre ya es temporada alta en estos hoteles de playa manejados por cadenas internacionales y grandes consorcios nacionales; los actos religiosos resultan peculiarmente atractivos porque implican procesiones acuáticas y ferias gastronómicas que podrían potenciar ofertas de negocios familiares y sociales. Aunque en los últimos años por la migración de extranjeros al territorio nacional, en especial venezolanos, se ha explotado este nicho de mercado.

Como sobresale, la Virgen del Carmen es una figura muy ligada a la actividad económica más antigua de la región, que es la pesca artesanal, pues es identificada a lo largo de los poblados costeros como protectora de pescadores, de quienes se dedican a labores en el mar. Ello denota una sólida raíz en la religiosidad, aunque la comunidad desde hace una década camine en crecimiento de una propuesta turística y desarrollo inmobiliario. De allí surge el sentido de

pertenencia de defender lo que se ha heredado de las generaciones anteriores, lo que condiciona la cohesión de esta comunidad en particular y lo que la hace diferente a las demás.

Otra manifestación de esta religiosidad es representada por las figuras de Santiago Apóstol y San Martín de Porres. Algunas opiniones sobre la primera figura:

*Patrono de Río Hato. Protector tradiciones. Es el patrono del pueblo. Hombre luchador. Es el patrono de la comunidad. Patrono de la comunidad y tiene relación con el mar también fue pescador y guarda relación con la Virgen. El santo patrono del pueblo. El santo del trueno discípulo de Jesús y patrono del pueblo.*  
(D. Rangel, encuesta aplicada, octubre 2016)

Estas figuras revelan el sincretismo cultural y de la identidad de la comunidad por las construcciones de las capillas e iglesias en todo el corregimiento.

**Figura 25. Rito cultural religioso, Parroquia de Santiago Apóstol de Río Hato.**



Fuente: Tesis Bethancour y Natis 1964.

En la fotografía se puede apreciar el medio de transporte, muy común, en el poblado, la bicicleta y la vestimenta formal de los caballeros en cuanto a su presentación en el evento religioso. Todas pautas de socialización y comportamiento que logran cohesionar a una comunidad y, por ende, formar un orden identitario basado en sus costumbres y tradiciones. La foto que se aprecia a continuación denota ya la particularidad entre la forma de vestir con sacos, corbata y manga larga, característica que expresa parte de la idiosincrasia local y forma de identidad de hombre formal e intelectual. La reina se destaca con su vestido largo y formal. Todas estas manifestaciones aportan a la construcción de identidad local y a una de las celebraciones que se practican en la actualidad los reinados en las fiestas patronales celebradas en el mes de julio de cada año.

Figura 26. Reinado en fiestas patronales 1975



Fuente: álbum familiar de la sra. Kathina Moreno.

Los patrimonios culturales son elementos que permiten describir la identidad de la localidad en la celebración de las fiestas patronales de Santiago Apóstol, el 25 de julio; los reinados característicos y los varones a caballo por las calles del poblado, dan fe de la interrelación entre la actividad económica que se practicaba en aquellos años, que era la ganadería no comercial, de consumo familiar y que en algunas ocasiones se comercializaba en pequeña escala. Este escenario dibuja un habitus riohateño de vida de vaquero, de hombre rural que poco a poco se ve modificada por la alteridad introducida por una actividad económica como el turismo en donde las actividades sí toman en cuenta su habilidad para la monta de caballos, pero ya no arriando el ganado sino recorriendo la zona costera con turistas que contratan a los mismos para dicha actividad.



En la imagen se aprecian los vestidos típicos de Panamá, tanto para la dama como los caballeros con el sombrero. La particularidad y sincretismo del auto móvil en el mismo llama particular atención en la formación de la identidad local.

Figura 27. Paseo de la reina en fiestas patronales 1975



Fuente: álbum familiar sra. Kathina Moreno.

## **5.8 Condiciones y significados del orden identitario y la emergencia de la sociedad turística en relación con los problemas de abastecimiento de servicios de salud, transporte, agua.**

El apartado se concentra en los diversos problemas que se presentan cuando las comunidades son intervenidas por modelos turísticos de enclave, sin consulta a la población originaria. A continuación, presentamos una noticia de protesta por acceso a la playa en el sector de la Boca del Río Hato, que da cuenta de las tensiones entre los pobladores y las acciones de las transnacionales hoteleras:

Pescadores de Río Hato reclaman acceso a la playa [...] Los artesanos señalan que los consorcios hoteleros le han cerrado la entrada al mar y solo les entregan tiques a los dueños de botes. En el sector hay unas 800 personas que se dedican a la pesca artesanal [...] Jaime Torrero, pescador, se quejó de que los consorcios hoteleros les, han cerrado el acceso al mar y solo le entregan permisos de entrada a los dueños de botes. Desde hace más de 80 años nuestra comunidad se ha dedicado a la pesca en la playa Boca de Río Hato', sostuvo Torrero. [...] 'no podemos sacar arena para construir nuestras casas, pero para los proyectos hoteleros sí hay material'. 'Queremos bañarnos con nuestros hijos y no nos dejan,' expresó, por su parte, María Torrero.

Fuente: Periódico La Estrella de Panamá 2012

Después de estas protestas, los pescadores logran acuerdos con los representantes de Grupo Verde Azul quien es propietario del desarrollo Inmobiliario Buenaventura en sus diversas etapas. En la actualidad, los pescadores mantienen su acceso al mar por este sitio. En cuanto a la distribución de agua potable, se agudiza el problema sobre todo en las temporadas secas; sin embargo, en los últimos dos años se han habilitado varios pozos para que exista una mejor distribución del líquido a residentes de la comunidad y visitantes.

Uno de los problemas con menos respuesta por parte de las autoridades es la atención en los servicios de salud. Sin embargo, por medio del servicio médico privado la población recibe atención siempre y cuando pueda costear la consulta médica y la compra de medicamentos.

Los servicios de transporte también es un rubro que ha mejorado en su frecuencia sobre todo porque las empresas hoteleras brindan alternativas del servicio gratuito a sus empleados, lo que ha permitido que locales puedan acceder a un vehículo para prestar el servicio ya sea colectivo o selectivo. Con sus particularidades y niveles bajos de asociaciones de transportistas, estos sectores están divididos.

Si cada uno de los agentes mencionados se constituye en desarrollar las estrategias necesarias para un mejor desempeño en las relaciones entre las empresas de hospitalidad, las alianzas de sentido de pertenencia e identidad delimitarían un rumbo a seguir un camino para apropiarse de su presente y futuro en el campo laboral turístico.

Es de suma importancia reconocer que la mayor parte de las necesidades de las poblaciones locales, en cuanto a estos servicios, recaen en las autoridades locales y regionales que por lo general actúan cuando hay medidas de cierre de calles y protestas con violencias simbólicas.

## **5.9 Descripción de una experiencia de organización comunitaria desde la Responsabilidad Social de Fundación Verde Azul.**

Asociación Comunitaria “Somos Río Hato” sus inicios, misión, visión y valores.



“Somos Río Hato” inicia en el mes de septiembre de 2013, con reuniones en donde participaron diversas personas que viven en la comunidad para pensar y plantear alternativas para aprovechar las oportunidades que están llegando al área desde hace una década. En dichas reuniones se hace el ejercicio de organizarse como grupo comunitario para ejecutar diversas acciones en bien de la comunidad rio-hateña. La organización tiene una misión y visión, así como: junta directiva y cuatro comisiones. Su objetivo primordial es constituirse en la organización que lidere acciones preventivas y culturales para la comunidad.

El organizarse es una condición esencial para lograr un adecuado sistema de participación ciudadana en las democracias participativas. Es por tal motivo que se ha propuesto motivar e incentivar el carácter organizativo y participativo de la comunidad de Río Hato. Constituir una asociación comunitaria no es tarea fácil por la diversidad de pensamientos, interés, objetivos, inquietudes que caracterizan al género humano, pero es una necesidad impostergable si se quiere avanzar como comuna o beneficiar a todos o al colectivo. En este sentido “Somos Río Hato” un esfuerzo comunitario de apoyado por Fundación Verde Azul.

El trabajo que realizan los integrantes es voluntario, con un total de diez y siete (17) personas que integran el grupo. Su misión es: ser la organización encargada de elaborar programas y proyectos para el mejoramiento de la calidad de vida de quienes habitan en la comunidad de Río Hato, con el objetivo de darle la atención que cada uno requiere de manera integral. Entre la visión esperan: constituirse en un grupo heterogéneo de personas de diferentes sectores que muestren interés en participar como agentes de cambio de actitud en el núcleo familiar emprendiendo un rumbo fijo como grupo organizado que velará por el bienestar y desarrollo de Río Hato. Entre los valores que guiaran esta asociación se pueden mencionar: unidad, respeto, solidaridad, cooperación, responsabilidad, honestidad.

Expresan que cumplir cuatro años de formación ha sido y es un reto, a la vez deben realizar un pequeño alto en el camino para la revisión y evaluación, así como autocrítica de la asociación comunitaria. Se ha logrado la formación de 13 miembros de la comunidad en cultura musical como es la ejecución de instrumentos de cuerda, la organización y gestión de una de las giras de salud visual sin precedentes en la comunidad, la participación en los desfiles patrios, en el festival del mango, la presentación de los talentos de la comunidad y el apoyo en las actividades académicas y de formación de los alumnos y alumnas del IPT-Río Hato. También el uso del espacio en las redes sociales son aspectos que han permitido consolidar la asociación comunitaria en el corazón y mentalidad comunal de los habitantes de Río Hato.

## CONCLUSIONES

En una investigación de esta dimensión cualitativa sobre percepción en identidad es necesario volver sobre los pasos y teorías que permitieron interpretar, guiar y dar sentido temático a las apreciaciones que se presentan en los capítulos correspondientes por los complejos detalles que se analizan tanto en las entrevistas a informantes claves como la información secundaria recopilada de textos relacionados con la temática del orden identitario y la emergencia de sociedades turísticas.

Un resumen que reduzca a términos concisos el resultado de la investigación, no sólo ayuda a aportar precisión y coherencia, sino que también brinda una demostración de las conexiones encontradas en la relación turismo e identidad analizada en el estudio.

Se concuerda con la mayor parte de los académicos panameños que han indagado sobre el tema de la identidad en que en Panamá ésta es heterogénea, pluricultural, multiétnica y abierta a las tendencias extranjeras que con el pasar del tiempo se van impregnando del sentir panameño; y que esta apertura condicionada es común en los grupos humanos menos privilegiados económicamente, abiertos al mestizaje y la amalgama de combinaciones étnicas y culturales.

En sociedades emergentes en turismo receptor la identidad tiende a diluirse si su objetivo final solo se concentra en la acumulación de riquezas, pues el capital humano que se desempeña en el campo laboral turístico tiende a ver su labor sólo como una forma de venta de su mano de obra, como medio para obtener un salario y así satisfacer sus necesidades básicas.

El turismo receptor como medio de acumulación de capitales y promotor del desalojo ha primado como una de las manifestaciones económicas con más fuerza en las zonas costeras del Pacífico panameño, situación que desalentó a pescadores artesanales.

Aunque en los últimos lustros haya un reconocimiento de la multiplicidad de grupos y costumbres en el país, aún persisten con fuerza notable los diversos escenarios de socialización mediante el habitus en los grupos privilegiados económicos del país y que en muchas ocasiones los grupos medios tienden a imitarlos en ese afán de reconocimiento frente a la otredad.

Se acepta la idea que la sociedad panameña es presuntamente abierta y globalizada fenómeno que permite que el proceso de construcción de la identidad presente cambios los cuales no son ajenos a la expansión turística dada en las costas del distrito de Antón.

Las categorías sociológicas de campo, habitus y capital resultaron útiles para el análisis de las manifestaciones de percepción de la identidad y su importancia en la re-construcción de las historias locales y sentido de pertenencia de los pobladores en las comunidades signadas por la práctica turística de enclave.

La identidad y el turismo receptor como escenario teórico en localidades como la estudiada, es decir, que emergen en turismo receptor, deben contemplar mecanismos de gobernabilidad y gobernanza participativa si se desea la sostenibilidad de la actividad y la construcción de identidad basada en las historias locales comunitarias, tarea impostergable a seguir para fortalecer los lazos de solidaridad y cohesión social que se requieren en las localidades signadas por la actividad turística.

Esto devolverá confianza, autodomínio y seguridad en sus propias capacidades para lograr mejorar la calidad de vida. Es necesario reafirmar una y otra vez, a través de acciones concretas, que hay cultura dialógica, negociadora y paz en los actores sociales emergentes en una sociedad turística receptora.

Es tarea impostergable fortalecer los mecanismos de participación ciudadana como las Juntas Comunes y locales para que ejerzan su balance de equilibrio entre las propuestas de un modelo de turismo de enclave y otros inclusivos.

El utilizar los recursos naturales y culturales de una región debe realizarse desde la participación activa de los entes de la comunidad, no se deben soslayar tales mecanismos pues lo único que esto propicia es la desconfianza, indiferencia, apatía y rechazo de las comunidades receptoras de turismo.

Hay que fortalecer los mecanismos de las municipalidades, sobre todo porque existe el marco jurídico para la aplicación de normas ambientales de conservación de las zonas costeras para el beneficio de las futuras generaciones.



Los contenidos curriculares educativos locales debe incluir en sus planes de educación cívica e histórica rasgos informativos comunitarios locales tanto a nivel primario, pre-medio y medio para fortalecer los sentidos de pertenencia en las comunidades receptoras de turismo.

Se propone la realización de actividades donde los dominios culturales sean sus puntos de apoyo y se fortalezcan la historia local de las comunidades, así como su sentido de pertenecía.

Los valores del suelo y las cadenas de valor como marcos económicos de sociedades posmodernas deben servir de catapultas para fomentar una distribución más equitativa del capital económico dentro de las sociedades en los marcos democráticos participativos.

Los modelos de turismo segregados no son sostenibles en el tiempo y debilitan los rasgos de identidad en las localidades, receptoras por los estándares en cadena y formadores de “no lugares”, es decir, los mismos modelos y presentaciones en cualquier lugar del mundo. Estos modelos tienden a diluir los rasgos de identidad.

Las propuestas oficiales de fomentar las de identidades multiétnicas y pluriculturales de la sociedad panameña en la práctica son sólo discursos que no tienen cometido con los procesos de desarrollo turístico de enclave promovidos.

## BIBLIOGRAFÍA

Achar (de), Sofía y Robles Luisa. *La Industria turística hacia la sustentabilidad*. Editorial Diana, México 1997.

Althusser, L. *Ideología y aparatos ideológicos de Estado. Freud y Lacan*.

Buenos Aires: Nueva Visión, 2005

Anderson, Perry. *Campos de batalla*. Editorial Anagrama. Barcelona, España 1998.

Arriola, Aura María. *Identidad y racismo en este fin de siglo*. Publicación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Guatemala y Magna Terra editores, 2001.

Autoridad de Turismo de Panamá, Fondo para el logro de los objetivos del milenio, Organización Mundial del turismo: Programa de Desarrollo turístico de la provincia de Coclé 2012. 141 páginas.

Autoridad de Turismo de Panamá, Plan Maestro de Turismo: 2007-2020.

Bajtín, Mijaíl. *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI editores 1997.

Berbeglia, Carlos Enrique (et al.). *Nosotros, los otros*. 1era. Edición. Buenos Aires. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 2000.

Bethancour, Eugenio y Natis. *El Corregimiento de Río Hato, su historia y desarrollo*. Tesis, 1964. Universidad de Panamá. Facultad de Humanidades.

Bolaños, Lidia, Yamileth González y otras. *Identidades y producciones culturales en América Latina. El ladino base del desarrollo cultural hegemónico en Centroamérica*. Editorial de la Universidad de Costa Rica, San José 1996.

Bordieu, Pierre. *La dominación masculina*. Editorial Anagrama, Barcelona 2000.

Bourdieu, P. *Postfacio en Architecture gotihique et pennsée scholastique*. Paris: E. Panofsky, 1967

Bourdieu, P. *El Sentido Práctico*. Taurus, 1992

Camacho, C. P. *Revista Novedades en Población SCIELO*. Recuperado el Sábado de Octubre de 2017, de Revista Novedades en Población SCIELO: <http://scielo>.

Cañada, E. *Turismo en Centroamerica un diagnóstico para el debate*. . Managua.: Enlace, 2013

Carles, R. D. *Reminiscencias de los primeros años de la República 1903-1912*. Panamá, 1969

Castells, Manuel. *La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura*. Vol. II. El poder de la identidad. 1995.

Castells, Manuel. *Globalización, identidad y Estado en América Latina*. Conferencia 1999.

Cicourel, A. Aspects of Structural and Processual Theories of Knowledge. *Critical Perspectives*, 1993 89-115.

Comte Bermudes, H. *¿Cómo se verificó en Penonomé la sepación de Colombia?* Panamá, 1946

Cordero, Allen. *“Turismo y dinámicas locales”*. En *Encuentros Inciertos*. FLACSO, Costa Rica 2000

Cordero y Duynen Montijn, Luisa. *¿Turismo sostenible en Costa Rica?: El caso de Quepos Manuel Antonio*. Cuadernos de ciencias sociales no. 123 FLACSO 2002

De la Torre Padilla, Oscar. *El turismo fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica, México octava reimpresión 1994.

De Miguel, J. M., & de León, O. G. P. Para una sociología de la fotografía. *Reis*, 1998, 83-124.

Gandásegui, Marco. “*La concentración del poder económico en Panamá 1965*”. *En las Clases Sociales en Panamá*. CELA, 1993.

Gasteazoro, A. M. *La Historia de Panamá en sus textos*. Panamá, 1980.

Giménez, G. *Identidades en globalización*. Recuperado el 8 de junio de 2017, (8 de Septiembre/diciembre de 2000) <http://www.gimenez.commx/articulo1>

Hiernaux- Nicolas, Daniel. *Turismo e imaginarios*. Cuaderno de ciencias sociales no.123 FLACSO- Costa Rica 2002.

Hillmann, Karl. *Diccionario enciclopédico de Sociología*. Editorial Herder, Barcelona 2001.

Hughes y Quintero. *¿Quiénes son los dueños de Panamá?* Impreso en Taller Senda, Panamá 2000.

Jaén Suárez, O. *Un estudio de Historia Rural Panameña. La región de Los Llanos del Chirú*. Panamá: Mariano Arosemena del Instituto Nacional de Cultura 1991.

Jafari, J. (Septiembre de 2005). [revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139](http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139). Recuperado el 25 de junio de 2017, de [revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139](http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139): <https://www.researchgate.net>

Jiménez de López, Georgina. “*Las clases medias 1949*”. *En las clases sociales en Panamá*. CELA 1993

Larraín, Jorge. *Identidad Chilena*. Lom Ediciones, 2001.

Martínez García, J. (lunes de Septiembre de 2016). *Revista Internacional de Sociología* 75 (3);e074. Recuperado el Domingo de Octubre de 2017, de Revista Internacional de Sociología 75 (3);e074.: <http://dx.doi.org/10.3989/ris.2017.75.3.15.115>

Mazón, Tomás. *Sociología del turismo*. Editorial Centro de Estudios Ramón Arce, Madrid 2001.

Monterrubio, J. C. (Martes de junio de 2009). <http://mingaonline.uach.cl/scielo>. Recuperado el Lunes de Diciembre de 20017, de <http://mingaonline.uach.cl/scielo>. Revista Electrónica UACH

Morera, Carlos. *Ecoturismo, desarrollo local y conservación: el caso de la península de Osa, Costa Rica*. Tesis doctoral, Universidad de Barcelona 2002.

Muñiz, Elsa. *Identidad y cultura en México. Hacia la conformación de un marco teórico conceptual*. México, DF. Universidad Autónoma Metropolitana 1993.

Núñez Aminta, J. V. Módulo sobre Servicios Turísticos. Servicios Turísticos. Panamá, Coclé, Panamá: Imprenta Universitaria, 2011

Pantojas García, E. El Auge de "Las industrias del pecado" Turismo y desarrollo económico en el Caribe". *Tareas*, 5-37 2013.

Pineda, A. *Descripción de Panamá, sus habitantes, costumbres y administración*. Madrid: B.M.N. Madrid signatura 2136, doc.2 folios 12-58, 1790.

Pizzurno, P. *Memorias e Imaginarios de la identidad y raza en Panamá siglos XIX y XX*. Panamá: Mariano Arosemena, 2010.

Porras, Hernán. "Papel histórico de los grupos humanos de Panamá". En: *Las Clases Sociales en Panamá*. CELA. 1993.

Pujadas, Joan. Etnicidad: *Identidad cultural de los pueblos*. Eudema, 1993.

PNUD, P. d. (Lunes de Junio de 2015). *undp\_pa\_atlas2015*. Recuperado el Jueves de Juilo de 2016, de undp\_pa\_atlas2015.

Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo PNUD 2015 Editora: Albacrome, S.A. 96 páginas.

Soler, Ricaurte. "*Panamá, nación y oligarquía 1925-1975*". *En las clases sociales en Panamá*. CELA 1993.

Tapia, O. *Para entender al panameño: una aproximación a su identidad cultural*. Panamá: Mariano Arosemena, 2008.

Torres de Araúz, R. *Panamá Indígena*. Panamá: Autoridad del Canal de Panamá, 1999.

Torrero, Eyra y Bustavino, Ina. *Desarrollo de la pesca artesanal en el distrito de Antón. Tesis, 1999*. Universidad de Panamá, Centro Regional de Coclé, Facultad de Humanidades.

UNESCO, Patrimonios inmateriales: 2003.

Vera (coordinador), López Palomeque, F. Marchena, Manuel y Antón, Salvador. *Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel 1997.

Wearrig, Stephen y Neil, John. *Ecoturismo: impacto, tendencia y posibilidades*. Editorial Síntesis 1999.

.

## **ANEXOS**

### Etnias afrodescendientes - corregimiento de Antón

ÁREA # 020201	ANTON (CABECERA)		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Moreno	8	7.21	7.21
Chombo Blanco	1	0.9	8.11
Mestizo	62	55.86	63.96
Mulato	1	0.9	64.86
No declarado	8	7.21	72.07
Trigueño	9	8.11	80.18
Criollo	18	16.22	96.4
Afroamericano	4	3.6	100
Total	111	100	100
No Aplica :	9679		

El 55.86% de quienes residen en el corregimiento de Antón Cabecera se autodenominan mestizos. Se sostiene una vez más la imagen de que reconocerse negro es muy difícil para las personas debido a toda la carga negativa que tiene este color de piel desde la época colonial. Aunque en los escritos se aduce que la población de Antón es de ascendencia negra, las personas tienden a desvincularse de esta denominación a la hora de brindar información escrita.



### Etnias afrodescendientes - corregimiento de Cabuya

AREA # 020202	CABUYA		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Moreno	1	8.33	8.33
Mestizo	9	75	83.33
Afroamericano	2	16.67	100
<b>Total</b>	12	100	100
<b>No Aplica :</b>	2107		

### Etnias afrodescendientes - corregimiento de El Chirú

ÁREA # 020203	EL CHIRU		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Moreno	7	38.89	38.89
Mestizo	3	16.67	55.56
No declarado	4	22.22	77.78
Trigueño	1	5.56	83.33
Afroamericano	3	16.67	100
<b>Total</b>	18	100	100
<b>No Aplica :</b>	3605		

### Etnias afrodescendientes - corregimiento de El Retiro

ÁREA # 020204	EL RETIRO		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Mestizo	3	75	75
Culisa	1	25	100
<b>Total</b>	4	100	100
<b>No Aplica :</b>	2299		

**Etnias afrodescendientes - corregimiento de El Valle**

ÁREA # 020205	EL VALLE		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Moreno	1	2.33	2.33
Chombo Blanco	1	2.33	4.65
Mestizo	37	86.05	90.7
Mulato	1	2.33	93.02
Culisa	1	2.33	95.35
Afroamericano	1	2.33	97.67
Caucásico	1	2.33	100
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>No Aplica :</b>	<b>7559</b>		

**Etnias afrodescendientes - corregimiento de Juan Díaz**

AREA # 020206	JUAN DIAZ		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Mestizo	7	100	100
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>No Aplica :</b>	<b>2627</b>		

**Etnias afrodescendientes - corregimiento de Río Hato**

AREA # 020207	RIO HATO		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Moreno	15	13.76	13.76
Chombo Blanco	2	1.83	15.6
Mestizo	50	45.87	61.47
Mulato	1	0.92	62.39
No declarado	24	22.02	84.4
Trigueño	11	10.09	94.5
Criollo	1	0.92	95.41
Culisa	1	0.92	96.33
Afroamericano	1	0.92	97.25
Caucásico	3	2.75	100
<b>Total</b>	109	100	100
<b>No Aplica :</b>	15592		

**Etnias afrodescendientes - corregimiento de Juan Díaz**

ÁREA # 020208	SAN JUAN DE DIOS		
OTRA ETNIA AFRODESCENDIENTE	Casos	%	Acumulado %
Mestizo	3	100	100
<b>Total</b>	3	100	100
<b>No Aplica :</b>	4794		

AREA # 020209	SANTA RITA		
Tabla vacía			

AREA # 020210	CABALLERO		
Tabla vacía			

### Etnias aborígenes - Provincia de Coclé

AREA # 02	COCLÉ		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	462	0.2	0.2
Ngäbe	807	0.35	0.54
Buglé	181	0.08	0.62
Teribe/Naso	1	0	0.62
Bokota	47	0.02	0.64
Emberá	42	0.02	0.66
Wounaan	27	0.01	0.67
BriBri	21	0.01	0.68
Otro	10	0	0.68
Ninguno	232019	99.28	99.96
No declarado	91	0.04	100
<b>Total</b>	<b>233708</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### Etnias aborígenes - Resumen

RESUMEN			
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	462	0.2	0.2
Ngäbe	807	0.35	0.54
Buglé	181	0.08	0.62
Teribe/Naso	1	0	0.62
Bokota	47	0.02	0.64
Emberá	42	0.02	0.66
Wounaan	27	0.01	0.67
BriBri	21	0.01	0.68
Otro	10	0	0.68
Ninguno	232019	99.28	99.96
No declarado	91	0.04	100
<b>Total</b>	<b>233708</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### Etnias aborígenes - corregimiento de Antón

AREA # 020201	ANTON (CABECERA)		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	9	0.09	0.09
Ngäbe	21	0.21	0.31
Buglé	6	0.06	0.37
Ninguno	9752	99.61	99.98
No declarado	2	0.02	100
<b>Total</b>	<b>9790</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### Etnias aborígenes - corregimiento de Cabuya

AREA # 020202	CABUYA		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	1	0.05	0.05
Ngäbe	1	0.05	0.09
Buglé	1	0.05	0.14
Bokota	1	0.05	0.19
Ninguno	2115	99.81	100
<b>Total</b>	<b>2119</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de El Chirú**

AREA # 020203	EL CHIRU		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	7	0.19	0.19
Ngäbe	42	1.16	1.35
Buglé	1	0.03	1.38
Bokota	2	0.06	1.44
Emberá	4	0.11	1.55
Ninguno	3563	98.34	99.89
No declarado	4	0.11	100
<b>Total</b>	<b>3623</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de El Retiro**

AREA # 020204	EL RETIRO		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	5	0.22	0.22
Ngäbe	9	0.39	0.61
Buglé	2	0.09	0.69
Bokota	2	0.09	0.78
BriBri	1	0.04	0.83
Ninguno	2284	99.17	100
<b>Total</b>	<b>2303</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de El Valle**

AREA # 020205	EL VALLE		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	27	0.36	0.36
Ngäbe	16	0.21	0.57
Buglé	8	0.11	0.67
Bokota	5	0.07	0.74
Emberá	2	0.03	0.76
Wounaan	5	0.07	0.83
BriBri	1	0.01	0.84
Ninguno	7538	99.16	100
<b>Total</b>	<b>7602</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de Juan Díaz**

AREA # 020206	JUAN DIAZ		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	2	0.08	0.08
Ngäbe	3	0.11	0.19
Buglé	2	0.08	0.27
BriBri	1	0.04	0.3
Ninguno	2626	99.7	100
<b>Total</b>	<b>2634</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de Río Hato**

AREA # 020207	RIO HATO		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	52	0.33	0.33
Ngäbe	32	0.2	0.53
Buglé	25	0.16	0.69
Bokota	3	0.02	0.71
Emberá	3	0.02	0.73
Wounaan	3	0.02	0.75
BriBri	3	0.02	0.77
Ninguno	15551	99.04	99.82
No declarado	29	0.18	100
<b>Total</b>	<b>15701</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de San Juan de Dios**

AREA # 020208	SAN JUAN DE DIOS		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	8	0.17	0.17
Ngäbe	10	0.21	0.38
Buglé	3	0.06	0.44
Bokota	1	0.02	0.46
Ninguno	4774	99.52	99.98
No declarado	1	0.02	100
<b>Total</b>	<b>4797</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Etnias aborígenes - corregimiento de Santa Rita**

AREA # 020209	SANTA RITA		
GRUPO INDIGENA	Casos	%	Acumulado %
Kuna	5	0.2	0.2
Emberá	1	0.04	0.23
Ninguno	2556	99.77	100
<b>Total</b>	<b>2562</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



**Etnias aborígenes - corregimiento de Caballero**

<b>AREA # 020210</b>	<b>CABALLERO</b>		
<b>GRUPO INDIGENA</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>	<b>Acumulado %</b>
Kuna	1	0.03	0.03
Ngäbe	2	0.06	0.09
BriBri	1	0.03	0.11
Ninguno	3497	99.89	100
<b>Total</b>	<b>3501</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## **ANEXO 2**

**Universidad de Panamá**

**Vice-Rectoría de Investigación y Posgrado**

**Doctorado en Humanidades y Ciencias Sociales**

## ENCUESTA A INFORMANTES CLAVES

Notas para quienes serán encuestadores:

- a) Explicar brevemente que esta encuesta forma parte de un estudio de tesis con el fin de conocer la modificación en lo respecta a la identidad local de una comunidad.
- b) En las preguntas abiertas se deberá escribir un **pequeño y claro resume** de las ideas principales expuestas por quienes sean informantes.
- c) Transcribir textualmente partes significativas de la encuesta.

Nombre de la organización o institución: \_\_\_\_\_

Nombre de la persona encuestada: \_\_\_\_\_

Puesto o posición que ocupa: \_\_\_\_\_.

1. Datos personales

Edad \_\_\_\_\_

Escolaridad \_\_\_\_\_

Sexo \_\_\_\_\_

2. Autodefinición étnica

¿Cómo usted se autodefine étnicamente?

Mestizo

Negro

Aborígen

Blanco

Describa ¿cuáles son las características más sobresalientes del grupo étnico? al ¿cuál usted pertenece?

Entre su grupo de amistades que grupo étnico prevalece

Mestizo

Negro

Aborígen

Blanco

¿Qué actividades ustedes organizan que sólo participen los de su grupo étnico?

¿Qué es lo distintivo de las personas que habitan en su sector? ¿Será igual al resto de los panameños?

¿Tendrán alguna forma en particular de vestir, de pintar sus viviendas, de diversión, de educar a sus hijos los pertenecientes a su grupo étnico?

¿Qué representa el juego de barajas, dominó para ustedes?

¿Qué representan las peleas de gallo para ustedes?

¿Desde qué edad aprendió a jugar estos juegos, quién se los enseñó?

¿Algún miembro de su familia se dedicó o dedica a la pesca artesanal?

¿Tiene la pesca artesanal algún valor para usted?

### 3. Herencia étnica cultural

¿Practica usted algún ejemplo que haya heredado de sus antepasados?

Comidas

Bailes

Artesanías

Ritos religiosos

Formas de vestir

¿Conoce de algún cuento, baile, chiste, refrán que haga alusión a su étnica?

¿Hay alguna comida tradicional del grupo étnico al cuál usted pertenece?

¿Tienen algunas comparsas características del sector en el cual usted vive?

### 4. Lingüística identitaria

- ¿Quiénes habitamos en Río Hato tendremos alguna forma en particular de hablar?
- Mencione cuáles entre acentos y palabras.
5. Aspectos religiosos de la identidad
- ¿Cómo llega la figura religiosa de San Martín a Río Hato Sur, tendrá esta figura alguna relación con la etnia?
- ¿Qué representa la figura de la Virgen del Carmen para ustedes?
- ¿Qué representa la figura de Santiago Apóstol para ustedes?
6. Percepción comunitaria
- ¿Tendrá algún valor la comunidad de Río Hato para usted?
- ¿Cómo evalúa usted la imagen de Río Hato en la actualidad?
- ¿Conoce usted alguna canción, poesía, himno alusivo a Río Hato?
- ¿Usted considera que entre los riohateños nos ayudamos?
- Usted piensa que el Río Hato de hace diez años atrás es el mismo que ahora
- ¿Cuáles son los cambios más importantes que usted ha notado en estos últimos diez años?
- ¿Qué usted piensa que le hace falta a Río Hato?
- ¿Cómo evalúa a las autoridades locales y empresarios con respecto al cuidado de las costumbres, tradiciones, empleos, educación, para los riohateños?
7. Grupos comunitarios
- ¿Usted es parte de algún grupo u organización comunitaria en su pueblo?
- Mencione a cuál pertenece
8. Incidencia en turismo
- ¿Usted considera que el turismo ha afectado algo en su forma de ser?
- ¿Tendrá algún interés en ser propietario de algún servicio relacionado con el turismo?
- ¿Qué ha representado para usted el turismo en estos últimos años?
- ¿Piensa que el recibir a los turistas puede alterar la forma de ser del riohateño?

¿Le ha afectado a usted la inversión inmobiliaria que se ha realizado en las costas de Río Hato?

9. Sociedad receptora en turismo y no emisora

¿Ha viajado usted o algún miembro de su familia a otro país?

¿Por qué motivo?

10. Percepción en uniones de parejas asimilación o continuidad

Si tiene que escoger entre una pareja de afuera y una local ¿a quién escogería y por qué?